

Mellom profitt og etikk

Arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. En diskursanalytisk tilnærming

ANNA SKAUGEN HARBY

VEILEDER: RANDI E.KROKEN

MEDVEILEDER:
ASTRID H.SKATVEDT

Universitetet i Agder, 2020

Fakultet for samfunnsvitenskap
Institutt for sosiologi og sosialt arbeid

Forord

Det siste året har i stor grad handlet om begrepet diskurs og Nordic Choice Hotels. Selv om det har vært svært krevende og utfordrende å sette seg inn i noe helt nytt, har det også vært ett spennende og lærerikt år. Jeg er stolt og glad over produktet jeg til slutt leverer, og jeg ønsker å vise min takknemlighet til noen personer som har vært viktige bidragsyttere gjennom prosessen.

Aller først vil jeg takke mine veiledere. Veileder Randi Edland Kroken, for alle oppmuntrende og gode samtaler gjennom prosessen. Takk for at du alltid har tatt deg tid, gitt utfyllende tilbakemeldinger og vært svært motiverende når du har skjønnet at jeg har trengt det. Så vil jeg takke biveileder Astrid Helene Skatvedt for at du ikke nølte ett sekund når du ble spurt om å være min biveileder gjennom dette året. Dine råd, og utfyllende og konstruktive tilbakemeldinger har vært til stor hjelp!

Jeg ønsker også å takke min venn Mari for korrekturlesing av oppgaven.

Til slutt vil jeg takke mine medstudenter og forelesere for to lærerike år.

Anna Skaugen Harby, mai 2020, Oslo

Sammendrag

Temaet for denne oppgaven er arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. Utgangspunktet for å skrive en masteroppgave om dette er arbeidsledigheten i Norge, og en interesse for hva utenforskap i samfunnet gjør med den enkelte, samt hvordan bedrifter forholder seg til et inkluderende arbeidsliv. Det er spesielt utfordringene med å komme inn på arbeidsmarkedet for unge mennesker med psykiske lidelser, samt flyktninger og mennesker med innvandrerbakgrunn, som har trigget min interesse for feltet. Jeg har valgt å bruke Nordic Choice Hotels for å illustrere kompleksiteten i arbeidsinkludering som fenomen, og anvende en diskursanalytisk tilnærming for å gjennomføre dette. Formålet er å undersøke hvilke ulike diskurser som kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering, og hvordan disse kan forstås i relasjon til framtrede kritikk av hotellkjeden i norsk sammenheng (på inngangen av 2000-tallet).

Jeg har valgt en abduktiv tilnærming når det kommer til datamaterialet. Det vil si at jeg har startet med empirien, men både teorier og perspektiver har spilt inn i både forkant og i løpet av forskningsprosessen. Michel Foucault regnes som essensiell for å forstå diskursanalytens stamtre, og har utviklet makt og diskursbegreper som er sentrale i min oppgave. Norman Faircloughs bygger på Foucault, og har utviklet en alternativ tilnærming til diskursanalyse. Det er Faircloughs modell for kritisk diskursanalyse som har fungert som både teoretisk og metodisk rammeverk for oppgaven. I tillegg har Erving Goffman vært en sentral teoretiker som utfyller analysen. For å svare på problemstillingen for oppgaven har jeg utviklet tre forskningsspørsmål. Disse er trukket opp til Faircloughs tredimensjonale modell, hvor hvert forskningsspørsmål gjenspeiler de ulike nivåene. Det blir redegjort for tre diskurser om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. Dette er *mangfoldsdiskursen*, *den samfunnsorienterte diskursen* og *den bedriftsøkonomiske diskursen*.

Funnene i de tre diskursene jeg har analysert frem; mangfolds-, den samfunnsorienterte, samt den bedriftsøkonomiske diskursen, ser ut til å gå noe over i hverandre hvor de inngår i harmoniske relasjoner innenfor Nordic Choice Hotels. Både Choice-kjeden og eier Petter Stordalen fremstår gjennom diskursene som viktige bidragsytere for et mer inkluderende arbeidsliv. Diskusjonen utenfor kjeden, slik den kommer til uttrykk gjennom mitt utvalgte datamateriale, danner en kontrast i retning av utnyttelse og profitt. Stordalen og Choice-kjeden ser ut til å klare å harmonisere det som egentlig fremstår som motsetninger. Slik kommer spenningsfeltet mellom etikk og profitt tydeligere til uttrykk.

Abstract

The focus of this thesis is labor inclusion in Nordic Choice Hotels. My starting point for writing a master's thesis on this is the unemployment in Norway, and an interest in what effects being unemployed has for the individual, as well as how companies relate to an inclusive working life. It is especially the challenges of entering the labor market for young people with mental disorders, as well as refugees and people with immigrant background, that has triggered my interest for the field. I have chosen to use Nordic Choice Hotels to illustrate the complexity of work inclusion as a phenomenon and will use a discourse analytic approach to accomplish this. The purpose is to investigate the various discourses that are expressed in Nordic Choice Hotels presentation of work inclusion, and how these can be understood in relation to prominent criticism of the hotel chain in the Norwegian context (at the beginning of the 2000s).

When it comes to the data material, I have Chosen an abductive approach. This means that I have started with the empiricism, but both theories and perspectives have come to play both at the forefront and during the research process. Michel Foucault is considered essential to understand discourse analysts and has developed power and discourse concepts that are central to my thesis. Norman Fairclough, based on Foucault, has developed an alternative approach to discourse analysis. It is Fairclough's model of critical discourse analysis that has served as both theoretical and methodological framework for the task. In addition, Erving Goffman has been a central theorist who complements the analysis.

To answer the main research question, I have developed three research questions. These are drawn up to Fairclough's three-dimensional model, where each question reflects the different level. Three discourses on labor inclusion in Nordic Choice Hotels are presented. These are *the diversity discourse*, *the society-oriented discourse*, and *the business economic discourse*. The findings in the three discourses I have analyzed; diversity, the community-oriented, as well as the business-economic discourse, appear to be somewhat mutually intertwined into harmonious relations within Nordic Choice Hotels. Both Choice and Stordalen appear through the discourses as important contributors to a more inclusive working life. The discussion outside the chain, as expressed through my selected data material, provides a contrast in the direction of utilization and profit. Stordalen and Nordic Choice Hotels seems to be able to harmonize what really appears to be contradictions. In this way, the tension between ethics and profit is more clearly expressed.

INNHALDSFORTEGNELSE

1. INNLEDNING	1
1.1 Nordic Choice Hotels	1
1.1.1 Petter Stordalen og Choice-kjedens posisjon i det norske samfunn	2
1.2 Presentasjon av tema og problemstilling.....	4
1.3 Arbeid og faglig relevans i sosialt arbeid	8
1.4 Oppbygging av oppgaven.....	10
2. ARBEIDSINKLUDERING – DEFINISJONER OG SENTRALE DIMENSJONER	12
2.1 Det norske arbeidsmarkedet i endring	12
2.2 Utenforskap.....	15
2.3 Perspektiver på arbeidsmarkedet	17
2.3.1 Diskriminering og dominans	17
2.3.2 Mangfold.....	19
2.4 Arbeidsgiver -og samfunnsansvar	23
3. TEORI	26
3.1 Michel Foucault.....	26
3.2 Erving Goffman.....	28
3.3 Fairclough og kritisk diskursanalyse	31
3.3.1 Sosiale begivenheter.....	35
3.3.2 Sosial praksis	36
3.3.3 Sosial struktur.....	38
3.4 Oppsummering og anvendelse av teori	38
4. METODE	40
4.1 Fremgangsmåte.....	41
4.2 Utvalg av materiale.....	41
4.3 Presentasjon av analyseoppsettet	45
4.4 Kritisk drøfting av metodevalg.....	46
4.4.1 Ethiske vurderinger.....	46
4.4.2 Gyldighet og pålitelighet	47
4.5 Egen subjektposisjon	49

5.	EN HARMONISERENDE MANGFOLDSDISKURS	51
5.1	Tolkning og anvendelse av Faircloughs tredimensjonale modell	51
5.1.1	Mangfold-fetisjisme	51
5.1.2	Stordalen som merkevare	59
5.1.3	Forførende fremstilling	63
5.2	Diskurser om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels	68
5.2.1	Mangfoldsdiskursen	68
5.2.2	Den samfunnsorienterte diskursen	72
5.2.3	Bedriftsøkonomisk diskurs	74
6.	SPENNING MELLOM ETIKK OG PROFITT	78
6.1	Et tvetydig bilde	78
6.2	Diskursenes relasjoner og dominans	82
6.3	Petter Stordalen – helt, samfunnsnyttig kapitalist eller utnyttet?	85
7.	KONKLUSJON	88
	LITTERATURLISTE	92

1. INNLEDNING

1.1 Nordic Choice Hotels

Nordic Choice Hotels er en hotellkjede som har fått stor medieoppmerksomhet de siste årene. Kjeden er i 2019 et av Nordens største hotellkonsern, med over 190 hoteller fordelt rundt om i Norden og Baltikum (Nordic Choice Hotels, 2019a). I denne oppgaven vil fokuset være på Nordic Choice Hotels i Norge. Både media og Choice-kjedens nettside gir uttrykk for at bedriftens personalpolitikk har et stort fokus på mangfold og bærekraft, noe som i dag fremstår som kjedens fremste merkevare. Choice-kjeden uttrykker på deres plattformer, som for eksempel via deres hjemmeside og pressemelder, at de har nulltoleranse for diskriminering og intoleranse, og baserer seg på verdier om samhold, troen på mennesker og god kultur. Ovennevnte fokus i Nordic Choice Hotels har resultert i at Stordalen har mottatt en rekke priser, blant annet NHO reiselivs hederspris i 2019. Juryleder Kristin Krohn Devold la vekt på hvordan deres utradisjonelle rekrutteringsmetode har åpnet opp for at flere grupper i samfunnet får en mulighet på arbeidsmarkedet (Bjørshol, 2018a). Nordic Choice Hotels rekrutterer ansatte blant annet gjennom talentjakten. Hovedelementet i talentjakten er ifølge Nordic Choice Hotels (2020) å finne ansatte ut fra personlighet, og ikke CV. Dette innebærer en audition på to minutter, hvor man skal overbevise en jury om hvorfor man er den riktige kandidaten for jobben (Nordic Choice Hotels, 2020a). Kjeden tilbyr også praksisplasser gjennom et samarbeid med Næringslivet Hovedorganisasjon (NHO), og har prosjekter med blant annet Røde Kors, NAV, Samhall og Arbetsförmedlingen (Integrerings- og mangfoldsdirektoratet, 2019). I 2019 inngikk også Nordic Choice Hotels et samarbeid med PS: hotell, nåværende PS: hotell by Nordic Choice. PS: hotell ble åpnet som en arbeidstreningsarena i 2011, i regi av OsloKollega, som er en av de største arbeids- og inkluderingsbedrifter i Oslo. Målet med hotellet er at mennesker skal få arbeidstrening, og med dette mulighet til å komme seg tilbake på arbeidsmarkedet (Andersson, 2019).

Nordic Choice Hotels er verken den eneste eller den første kjeden som fokuserer på arbeidsinkludering. Stormberg er et annet eksempel på en bedrift som også har fått mye medieoppmerksomhet for deres utradisjonelle rekrutteringsstrategi, samt Fretex som er Norges største arbeids- og inkluderingsbedrift (Fretex, u.å.).

Jeg vil nedenfor gå litt nærmere inn på hvorfor jeg har valgt å skrive en oppgave om arbeidsinkludering, og hvorfor valget falt på akkurat Nordic Choice Hotels.

1.1.1 Petter Stordalen og Choice-kjedens posisjon i det norske samfunn

Hva er det så som skiller Choice-kjeden fra andre hotellkjeder og bedrifter i Norden? Et svar på dette er kjedens grunnlegger og eier: Petter A. Stordalen (Nordic Choice Hotels, 2019a). Stordalen fremstår for mange som en entusiastisk og engasjert kapitalist med lidenskap for investeringer og skape de beste hotellene å bo på, men han uttrykker at han også er opptatt av at arbeidsplassene han skaper skal være de beste å jobbe på (Bjørshol, 2018a). Dette er en case hvor jeg anser en analyse av «produktet» og eieren som to sider av samme sak, og hvor jeg dermed ønsker å inkludere begge deler.

For å kunne analysere den Stordalen fremstår som i dag anser jeg det som relevant å trekke frem bakgrunnshistorien hans. Jeg opplever at Stordalen stadig trekker frem spesifikke deler av sin bakgrunnshistorie, og at denne har stor betydning for hvorfor han er der han er i dag. Personlig syns jeg bakgrunnshistorien til Stordalen er interessant av flere grunner. På den ene siden kan jeg kjenne meg igjen i deler av den, dette vil jeg komme tilbake til i metodekapitlet. På den andre siden er det interessant sett i lys av hvordan han blir oppfattet, og hvilken posisjon han har i samfunnet i dag.

Han fremstår for mange som en svært karismatisk person, med en meget særegen utstråling og tiltrekningskraft. Han snakker høyt, har et kroppsspråk som fanger mange, og en personlig klesstil som ikke ligner en typisk norsk forretningsmann. Disse karakteristiske trekkene vil jeg gå nærmere inn på i analysen. Nedenfor vil jeg legge frem Stordalen sin historie, slik han forteller den selv.

Stordalen er oppvokst i Porsgrunn, hvor familien drev en generasjonsbutikk. Porsgrunn har historisk vært en typisk industri og arbeider-by. I 1650-årene var det trelasthandel, skipsfart og skipsbygging som sto sterk, før det i 1880-årene kom flere industribedrifter. Senere, på 1910-1920 tallet ble det dannet nye fabrikker innen jern- og metallindustri. Dette viser til at Porsgrunn har vært, og er, ett av de viktigste industristedene på Østlandet (Store Norske Leksikon, 2020). Da faren til Petter var 18 år flyttet han til Porsgrunn for å gå å lære i butikken til onkelen. Butikken som han senere overtok.

Ifølge Stordalen selv besto oppveksten i stor grad av å hjelpe faren i butikken, med alt fra å trække papp og vaske gulv. Han forteller i boken at butikken var det viktigste i livet deres, og hvis det var krise en dag nøyte ikke faren hans med å holde de hjemme fra skolen for å hjelpe til. Petter var den som var pekt ut for å skulle overta butikken etter faren sin, men som vi vet ble ikke dette realiteten (Stordalen, 2015, s. 51). Samtidig som han hjalp til i butikken til faren startet han også sin egen business. Først startet han med å samle inn tomflasker, og når han hørte at det skulle være en økning på pantepriene avventet han med å pante for å oppnå maks fortjeneste. Han og faren dro også på natt-turer til Grimstad for å kjøpe bær, og selv om han ikke var eldre enn 16-17 år kjørte han bilen hjem igjen hvis faren ble for trøtt. Alle hadde hver sin rolle i familien Stordalen, og Petter sin rolle ble den som arbeidet hardest i butikken. Han innrømmer selv at det kan være lett å tenke at han alltid har hatt business i blodet, men ifølge han selv er det mer komplisert enn som så. Han legger frem at han hverken var spesielt flink på skolen eller i sport. Mestringsfølelsen og selvtilliten oppnådde han gjennom butikkdrift (Stordalen, 2015, s. 52).

«Selg de bæra du har». Dette er et kjent uttrykk fra Stordalen som hører innunder det han betegner som jordbærfilosofien. Stordalen referer stadig til uttrykket under ulike intervjuer, taler og konferanser, og det er interessant å se hva han legger i symbolikken.

Jordbærfilosofien er basert på historien om da han som liten solgte jordbær på torget i Porsgrunn. Da Petter utrykte misnøye med at konkurrentene hadde bedre jordbær enn dem, hadde faren hans svart «Du må selge de bæra du har». Ifølge Stordalen selv var det denne setningen som forandret han. Han innså at det ikke kun handlet om kvaliteten på produktet. Det viktigste er hva man gjør ut av det produktet man har. Jordbærfilosofien har fungert som en grunnfilosofi i Nordic Choice- gjør det beste ut av det du har og aldri vær redd for å satse (Stordalen, 2015, s. 28-29). Det er interessant å se på hvordan denne «filosofien» kommer til uttrykk på nåværende tidspunkt i Nordic Choice Hotels. Dette vil jeg komme tilbake til i drøftingen i oppgaven. I 2018 valgte Stordalen å overdra Strawberry holding AS, som inkluderer Nordic Choice Hotels, til sine tre barn (Nordic Choice Hotels, 2018d). Til tross for at eierskapet nå er endret, vil jeg fortsette å referere til Stordalen som eier av Nordic Choice Hotels.

Ved å bruke Nordic Choice Hotels og Stordalen som case ønsker jeg å illustrere kompleksiteten i arbeidsinkludering som fenomen, og gjennom den analytiske prosessen vil jeg forhåpentligvis få frem spenningene mellom diskursene innenfra og relasjonen utover til samfunnet. Under presentasjon av tema og problemstilling vil jeg legge frem hva inngår i begrepet diskurs, og gå nærmere inn på hvorfor temaet arbeidsinkludering engasjerer meg.

1.2 Presentasjon av tema og problemstilling

Som lagt frem ovenfor er tema for oppgaven arbeidsinkludering, og jeg har valgt å analysere temaet ved bruk av en diskursanalytisk tilnærming. Ifølge Neumann (2001) er en diskurs:

et system for frembringelse av et sett utsagn og praksiser som, ved å innskrive seg i institusjoner og fremstå som mer eller mindre normale, er virkelighetskonstituerende for sine bærere og har en viss grad av regularitet i et sett av sosiale relasjoner (Neumann, 2001, s. 177).

Videre er det ifølge Neumann (2000) viktig å være bevisst på at en diskurs ofte har sitt grunnlag i et materielt fenomen (Neumann, 2000, s. 28). Den språklige vendingen har ført oss vel langt bort fra studiet av det materielle, hevder Neumann (2000). Dette kan være komplisert å forstå, men ett eksempel på diskursens materialitet kan være hvordan innvandrere blir snakket om. Her frembringes diskursene av ulike mennesker i bestemte institusjoner. Betegnelsene om innvandrere som blir brukt er blant annet med på å skape stereotypier i samfunnet, og på denne måten er språket med på å konstruere en virkelighet om innvandrere. I praksis kan dette bety at den virkeligheten som blir konstruert setter i spill en rekke praksiser. Dette skjer blant annet ved at institusjoner, som mediene, tar opp denne forståelsen og samfunnet innretter seg etter forestillingen som blir lagt frem.

En diskursanalyse kan beskrives som «en kritisk analyse av etablerte tenke-, skrive og snakkemåter (Johannessen E.F, Rafoss & Rasmussen, 2018, s. 51). Diskursene kommer til syne gjennom gjentakende mønstre i språkbruk, og påvirker på denne måten hvordan vi tenker om et fenomen (Johannessen E.F et al., 2018, s. 58-59). Det er med dette interessant å undersøke spenningene mellom diskurser innenfra, og relasjonen utover til samfunnet. Dette vil jeg gå nærmere inn på i teori kapittelet, og senere i drøftingen.

Michel Foucault utga i 1972 ut boken *The Archaeology of knowledge*, hvor han tar utgangspunkt i det han omtaler som arkivet. Arkivet handlet for Foucault om et sett av praksiser som muliggjør at et sett av utsagn blir brakt frem og vedlikeholdt. Dette kan bli forstått som diskurser, og kunne ifølge Foucault analyseres ved hjelp av metoden arkeologi. Det vil si at en studerer, beskriver og analyserer sporene etter tidligere samfunn og kulturer. Mange teoretikere har senere bidratt med utviklingen av diskursanalyse, men Foucault regnes fortsatt som essensiell for diskursanalysens stamtre (Neumann, 2001, s. 13). Til tross for ulike tilnærminger til hvordan diskurser kan analyseres, fremkommer det en enighet i at forholdet mellom makt og diskurser og sentralt i en diskursanalyse, og at diskursene kan rangeres i forhold til hverandre etter i hvor stor grad de er gjennomsyret av makt (Neumann, 2001, s. 175). En av de som har bygget på Foucault og utviklet en alternativ tilnærming til diskursanalyse er Fairclough. Fairclough har vært opptatt av hvordan språket og det materielle møtes i en diskurs, og for å undersøke dette har han utviklet en metode hvor han ser for seg en diskurs som tredelt (Neumann, 2000, s. 32). Faircloughs tredimensjonale modell vil fungere som metodisk og teoretisk rammeverk for min oppgave. I tillegg har jeg valgt å benytte meg av Foucault, og spesielt Foucaults tilnærming til makt.

I denne oppgaven er interessen først og fremst rettet mot hvordan arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels fremstilles i ulike medier. Jeg ønsker å undersøke diskursene som kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering, samt hvilken kritikk som kommer frem i offentligheten, og med dette skape en økt bevissthet rundt temaet. Sammen med min bakgrunnshistorie er det også flere momenter ved dagens samfunn som har trigget min interesse for feltet. Jeg vil nedenfor utdype dette noe nærmere, før jeg i metodekapitlet vil gå inn på min egen bakgrunnshistorie, og drøfte hvordan min subjektposisjon har situert meg.

Til tross for relativt lav arbeidsledighet i Norge, ble det ved utgangen av 2018 registrert at 5,4 prosent av befolkningen i alderen 18-66 år har redusert arbeidsevne (Nav 2019; sitert i Kleppe & Glemmestad, 2019, s. 17). Det er spesielt to grupper som betraktes som ekstra utsatte. Dette er unge mennesker med psykiske lidelser, samt flytninger og mennesker med innvandrerbakgrunn. Arbeidsmarkedet er i endring, og hvis vi står fremfor en økende arbeidsledighet vil dette kunne ha konsekvenser på ulike måter. Et av de mest essensielle argumentene vi hører er at deltakelse i arbeidslivet er nødvendig for å kunne opprettholde en bærekraftig velferdsstat (Glemmestad & Kleppe, 2019, s. 17).

Dette er et viktig argument for arbeidsinkludering, men det er også essensielt å rette fokuset mot hva ekskludering fra arbeidsmarkedet gjør med den enkelte. Arbeid er en rettighet, og det er med på å gi den enkelte en mulighet for integrasjon og tilhørighet (Bay, Hagelund & Pedersen, 2015; sitert i Kleppe & Glemmestad, 2019, s. 18).

Jeg vil i korte trekk også legge frem velferdsstatens utvikling, for deretter å legge frem hvordan dagens situasjon, eller samfunn, kan forstås. Francis Sejersted (2005) refererer til tidsperioden 1940 til 1970 som «sosialdemokratiets lykkeligste øyeblikk». Dette var et regime hvor forutsetningen for økonomisk vekst grunnet i helse- og sosialpolitikk, noe som også var ledende for utviklingen av velferdsstaten, sammen med en kapitalistisk logikk. Det var ambisjoner om å skape trygghet for alle, og et essensielt uttrykk for å oppnå dette var gjennom demokratisk deltakelse. Fremveksten av individuelle rettigheter i de nordiske regimene beskrives også som et resultat av kollektiv mobilisering med mål om å skape rettigheter for alle (Sejersted, 2005, s. 291-292). Videre på 1980-tallet fremkom det endringer i form av gradvise struktur- og konjunkturrendringer. Endringene vokste fram sammen med en forsterkende oppmerksomhet av enkeltmenneskets frigjøring, noe som kom frem gjennom at flere kvinner fikk innpass på arbeidsmarkedet og derav større krav til likestilling. Disse momentene viser til indre selvmotsetninger, hvor det ble en motpol mellom krav til likestilling og frigjøring, og kollektive interesser. Dette påvirket arbeidsdelingen, som ble mer komplementær, og videre ble like og gjensidige relasjoner drevet bort. Denne endringen viser også til uttrykket «jakten på det tapte fellesskap», som Sejersted (2005) la frem. I uttrykket ligger paradokset om at velferdsstaten, gjennom frigjøring av individet, hadde undergravd det den i utgangspunktet var bygget på, nemlig fellesskapet (Sejersted, 2005, s. 413). Med dette ble det utviklet en motsetning mellom likhet og frihet, som Sejersted formulerer på denne måten:

Det dreier seg om to likhetsidealer, det liberale, som går ut på at alle skal ha lik frihet til å velge, og det sosialistiske eller sosialdemokratiske, som legger større vekt på likhet i resultater – alle skal komme omtrent likt (Sejersted, 2005, s. 412).

Disse momentene gjenspeiler seg også i dagens samfunn. Samtidig som det sees som avgjørende å vende blikket utover til fellesskapet- for å finne nye veier, blir det også et økende fokus på individualisme og frie valg (Mühleisen, 2018, s. 64).

Den økte individualismen gir også økte valgmuligheter, men det innebærer også et økt ansvar for eget livsløp. Hvis man mislykkes på en arena tilskrives ansvaret over på individet, og ikke på de viktige samfunnsinstitusjonene. Et liv som er preget av individuelle valg kan også for mange innebære en følelse av mangel på tilhørighet. Det hevdes at vi går mot et polarisert samfunn, hvor gapet mellom de som er «utenfor» og de som er «innenfor» bare blir større. Utviklingen mot dette samfunnet skyldes i hovedsak utviklingen som finner sted på arbeidsmarkedet. Det er i dag større grupper som ender opp med arbeidsløshetsstrygd, uføretrygd, førtidspensjonering eller sosialhjelp. De eldste støtes i hovedsak ut fra arbeidsmarkedet på grunn av ulykker, alder eller vanskeligheter med å omstille seg på arbeidsmarkedet. Men for de unge handler det ikke om å bli støtt ut, det handler om å bli utestengt, hvor de aldri engang får mulighet til å komme seg skikkelig inn på arbeidsmarkedet. Dette omhandler i stor grad de kriminelle, misbrukerne, eller de med psykiske problemer (Hammer & Hyggen, 2006, s. 32-33). Det blir sagt at lediggang er roten til mye vondt. Det kan føre til utenforskap, ensomhet og ekskludering, for å nevne noe. Jeg har oppfattelsen av at dette er realiteten i alt for mange tilfeller, at alt for mange blir ekskludert. Ekskludert i form av at de aldri får en sjanse til å vise at de kan. Finnes det en verre følelse enn å føle seg ekskludert fra samfunnet? Ekskludering kan føre til angst. Angst kan føre til ekskludert. Min oppfattelse er at dette er en ond sirkel. Men en ond sirkel noen må tørre å bryte for at endringer kan skje. Som arbeidsgiver har man mulighet til å være med å bryte denne sirkelen, man har mulighet til å gi mennesker en sjanse. Mennesker som av ulike grunner har vanskeligheter med å komme seg inn, eller tilbake til arbeidsmarkedet. Dette er momenter jeg anser som viktige og spennende, og jeg har på bakgrunn av ovennevnte utviklet følgende problemstilling for min oppgave:

Hvilke ulike diskurser kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering, og hvordan kan disse forstås i relasjon til framtrede kritikk av hotellkjeden i norsk sammenheng? (på inngangen av 2000-tallet).

På bakgrunn av mitt datamateriale har jeg også valgt å supplere med tre forskningsspørsmål. Et forskningsspørsmål er underspørsmål som stilles i tillegg til problemstillingen, for å svare på problemstillingen (Johannessen E.F et al., 2018, s. 25). Disse vil jeg gjøre rede for i første del av analysen, og trekke opp mot Faircloughs tredimensjonale modell av det han betegner som kritisk diskursanalyse. Forskningsspørsmålene jeg har utviklet er:

- 1) Hvordan fremstiller Nordic Choice Hotels og Stordalen kjedens fokus på mangfold?
- 2) Hvordan kan Stordalens handlinger og væremåte gi uttrykk for ulike diskurser om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels?
- 3) På hvilke måter har Nordic Choice Hotels og Stordalen en innflytelse på det norske samfunnets oppfatning av selskapets arbeidsinkludering? (på inngangen av 2000-tallet)

1.3 Arbeid og faglig relevans i sosialt arbeid

«Vi vil ha et arbeidsliv med plass for alle og et arbeidsmiljø som tar vare på den enkelte» (NRK, 1.januar 2010,5:10). Dette er ordene til Jens Stoltenberg under nyttårstalen i 2010. Årene har gått siden vår daværende statsminister satte et mål om å skape verdens mest inkluderende arbeidsliv, men hva regnes egentlig som arbeid, og hvor langt har vi egentlig kommet? Globalisering, digitalisering og den stadige teknologiske utviklingen har påvirket, og fortsetter å påvirke bedrifters rammevilkår (Støren-Váczy, 2019, s. 89). Selv om jeg i hovedsak har valgt å fokusere på norsk arbeidsliv i denne oppgaven, er det viktig å være bevisst på hvordan norske bedrifter i dag er en av et større marked, både lokalt og globalt (Støren-Váczy, 2019, s. 89).

Arbeidsbegrepet har endret seg med tiden, og økonomiske, sosiale og kulturelle endringer i samfunnet fortsetter å påvirke hva vi oppfatter som arbeid (Wadel, 1984, s. 16). Arbeid som betegnes som «skikkelig» arbeid er i følge Wadel (1984) først og fremst knyttet til lønnet arbeid i dagens samfunn. Dette legger til rette for at arbeidsbegrepet verken er kjønnsmessig eller yrkesmessig nøytralt. Det blir stadig rettet mer fokus mot å gjøre arbeidet mer kjønns nøytralt, men det er fortsatt en vei igjen å gå (Wadel, 1984, s. 14). I følge Wadel (1984) er det viktig å være bevisst rundt arbeidsbegrepet, samt reflektere rundt det han omtaler som det skjulte arbeid. Med skjult arbeid mener han arbeid som lett blir oversett som faktisk arbeid i samfunnet. Wadel (1984) legger frem spesielt tre former for skjult arbeid. For det første er det det uformelle arbeidet innen næringslivet. Eksempel på denne type arbeid er i følge Wadel (1984) ulike aktiviteter på arbeidsplassene som betegnes som «prat». Nødvendigheten av jobben vises ikke nødvendigvis så tydelig, men det skjulte arbeid kan vise seg å omhandle klargjøring av plikter, fordeling av ansvar og andre lignende oppgaver som kan være vesentlig for driften på arbeidsplassen. Videre legger Wadel (1984) frem det uformelle politiske arbeidet. Dette omhandler blant annet all den tid, omtanke og innsats som går med til å holde seg politiske informert i hverdagen, og som har vært viktig for å skape et demokratisk land.

Det tredje skjulte arbeid Wadel (1984) legger frem er det private og sosiale arbeid som blir lagt ned i familier, lokalsamfunn og nærmiljøer (Wadel, 1984, s. 16-19).

Wadel (1984) argumenterer for at arbeidsbegrepet varierer i ulike kontekster, og at det derav er viktig å verdsette ulike former for arbeid. Hvilke handlinger som regnes som arbeid avhenger av hvem som definerer det. Økonomers definisjon på arbeid vil være betydelig snevrere enn det folkelige arbeidsbegrep. Mens arbeid for økonomer er noe som gir betaling, vil det folkelige arbeidsbegrep også se koblingen og betydningen arbeid har for sosiale og moralske verdier (Wadel, 1984, s. 24). Helt tilbake til økonomer som Adam Smith, og teoretikere som Keynes og Marx, har både sosialistiske og kapitalistiske industrisamfunn betraktet arbeid som den mest verdiskapende aktivitet. Wadel (1984) argumenterer for at arbeidsbegrepet burde utvides til å omhandle aktiviteter som er essensielle for å vedlikeholde de institusjoner og relasjoner som er verdsatt av allmennheten (Wadel, 1984, s. 25). Min oppfatning av arbeid er som Wadel legger frem- arbeid gir en viktig grobunn for sosiale og moralske verdier, og er en essensiell verdiskapende aktivitet i dagens samfunn. Til tross for en bevissthet rundt mangfoldigheten av arbeidsbegrepet, vil arbeid i min oppgave være knyttet til lønnet arbeid.

Det er rimelig å anta at det var lønnet arbeid Jens Stoltenberg refererte til i sin nyttårstale i 2010, men hvorfor en masteroppgave om arbeid og arbeidsinkludering i sosialt arbeid? Arbeidsinkludering og sosialt arbeid kan forstås på ulike måter. Å være sosialarbeider handler i stor grad om å hjelpe mennesker som har falt utenfor ulike arenaer i samfunnet. Sosial inkludering av ulike grupper mennesker har lenge vært et viktig mål for sosialt arbeid, og arbeidsmarkedet er et viktig eksempel på en form for sosial inkludering i samfunnet. Deltakelse i arbeidslivet handler om å være inkludert på en arena, en arena som for de aller fleste betraktes som svært viktig. Å være i arbeid forebygger ulike sosiale problemer, både knyttet til selvforsørgelse, tilhørighet, utvidete rettigheter og ytelser fra velferdsstaten. På denne måten handler arbeidsinkludering om å motvirke at ulike utsatte grupper skal bli ekskludert fra samfunnet (Glemmestad & Kleppe, 2019, s. 15).

En av de mest utsatte gruppene for arbeidsledighet og utenforskap har de senere år vist seg å være unge mennesker med psykiske helseproblemer (Sundell 2018; sitert i Hagaseth, 2019, s. 44). Navn bruker betegnelser «nedsatt arbeidsevne» til de som har dårligere forutsetninger for å møte arbeidsmarkedets krav og forventninger. Tallene fra 2018 virker skremmende.

Hele 70 prosent av de under 30 år falt under denne kategorien grunnet psykiske lidelser (Sutterud 2018, sitert i Hagaseth, 2019, s. 44-45). En annen gruppe som er overrepresentert blant arbeidsledige i Norge er innvandrere. Politikken har gjennom flere år fastslått arbeid som en rettighet og som nøkkelen til integrering, men på den andre siden opplever innvandrere at det ikke er mulig å utøve denne rettigheten, til tross for at de gjerne vil (Mentzoni, 2019, s. 150). Sees innvandrere på som en risiko, snarere enn som en verdiskapning for arbeidsgivere? Innvandrere i Norge består av flere grupper mennesker. Grunnet Nordic Choice Hotels som case, er min spesifisering av begrepet innvandrere relativt bredt. I følge nettsiden til Nordic Choice Hotels har over 30 prosent av de ansatte ikke nordisk bakgrunn, og det er innvandrere med 170 ulike nasjonaliteter (Nordic Choice Hotels, 2019b). Med bakgrunn i dette er min spesifisering av begrepet innvandrere mennesker med ikke-nordisk bakgrunn.

1.4 Oppbygging av oppgaven

Masteroppgaven består av fem hovedkapitler, i tillegg til et innledningskapittel og et avslutningskapittel. Jeg har i innledningskapittelet presentert min case for oppgaven. Hvorfor valget har falt på Nordic Choice Hotels, og hvorfor en analyse av hotellkjeden ikke kan utelukke en analyse dens eier: Stordalen. Videre i innledningskapittelet har jeg presentert tema og problemstilling for oppgaven, samt tre forskningsspørsmål. Avslutningsvis i dette kapittelet har jeg gjort en kort redegjørelse for ulike begreper og oppgavens faglige relevans for sosialt arbeid.

Kapittel to har jeg valgt å vie til definisjoner og sentrale dimensjoner for arbeidsinkludering, som senere vil få betydning for oppgavens analyse. Videre følger kapittel tre hvor jeg vil legge frem det teoretiske rammeverket for oppgaven. Her vil jeg presentere Foucault, Goffman og Fairclough. Diskursanalyse i samfunnsvitenskapen er ofte sterkt inspirert av Foucault (Fairclough, 2003, s. 2), og jeg har i min oppgave valgt å la meg inspirere av noen av grunntankene til Foucault, men bygge videre på Faircloughs tilnærming til kritisk diskursanalyse. Begge disse vil med dette være sentrale i min analyse. Goffman vil også være en sentral teoretiker som utfyller analysen.

Videre følger kapittel fire som er metodekapittelet. Her vil de metodiske valgene i oppgaven presenteres. Dette består av fremgangsmåte, redegjørelse av utvalgt datamateriale, presentasjon av analyseoppsett, samt en kritisk drøfting av metodevalg og egen subjektposisjon i forskningen. Analysekapittelet har jeg valgt å dele i to. I første del vil jeg anvende Faircloughs tredimensjonale modell ved å knytte hvert forskningsspørsmål opp til de ulike nivåene. Dette legger grunnlaget for andre del av analysen, hvor jeg vil gjøre rede for de ulike diskursene som kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering. I kapittel seks vil jeg drøfte de analytiske funnene, og trekke de opp mot oppgaven som helhet. Jeg vil drøfte alternative tilnærminger og kritiske vinklinger til diskursene som er presentert. Med dette vil jeg svare på andre del av problemstillingen om hvordan diskursene kan forstås i relasjon til framtrede kritikk av hotellkjeden i norsk sammenheng (på inngangen av 2000-tallet).

Oppgaven avsluttes med et konklusjonskapittel hvor jeg vil oppsummere mine funn og legge frem noen forslag til videre forskning.

2. ARBEIDSINKLUDERING – DEFINISJONER OG SENTRALE DIMENSJONER

I dette kapittelet vil jeg redegjøre for definisjoner og sentrale dimensjoner for oppgaven. Jeg vil starte med å legge frem endringer i det norske arbeidsmarkedet. Dette for å danne et bakteppe for å illustrere situasjonen i dag. Under dette punktet vil jeg gå nærmere inn på arbeidslinja og den norske modellen, før jeg vil trekke frem betegnelsen utenforskap. Jeg ønsker å vise til hvorfor dette er en relevant betegnelse i en studie om arbeidsinkludering. Avslutningsvis vil jeg gå inn på ulike perspektiver på arbeidsmarkedet, hvor jeg vil trekke frem begrepene diskriminering, mangfold, samt arbeidsgiver og samfunnsansvar. Ovennevnte begreper og dimensjoner vil være sentrale for den videre gangen i oppgaven, og spesielt knyttet til oppgavens analyse og drøfting.

2.1 Det norske arbeidsmarkedet i endring

Det norske arbeidsmarkedet har gjennomgått store endringer siden etterkrigstiden. Overgangen fra embetsmannsstaten, via venstrestaten til arbeiderpartistaten viser til ulike stadier i utviklingen til økt statsmakt. Den kriserammede kapitalismen i mellomkrigstiden fikk ulike ideologiske løsninger i verden, men et fellestrekk blant de alle var økt statsintervensjon. I Skandinavia ble løsningen sosialdemokratiet, og i løpet av 1930-tallet gjennomgikk Arbeidspartiet store ideologiske endringer. I en blanding mellom sosialisme og kapitalisme utviklet det seg en ny samfunnsformasjon og et nytt styringsapparat. Samfunnsformasjonen som vokste frem var velferdskapitalismen, og styringsapparatet ble arbeiderpartistaten (Slagstad, 2001, s. 223). Velferdsstaten i Norge vokste frem i ulike bølger, hvor 1890-tallet frem til første verdenskrig regnes som første bølge. Andre bølge regnes fra 1930-tallet, og hadde som mål å skape et institusjonelt nettverk gjennom et helt livsløp. En rekke ulike trygdeordninger ble opprettet, men det lå fortsatt en uenighet innad på Stortinget (Slagstad, 2001, s. 243). Når krigsårene kom ble velferdsstatsprosjektet et fellesprosjekt fra venstre til høyre, og begrepet «velferdsstat» ble gjort kjent for norsk offentlighet fra mai 1945 (Slagstad, 2001, s. 244). Paal Berg uttalte i den forbindelse: «Staten skal og være en velferdsstat som ser det som sin oppgave å gjøre livet verdt å leve for oss alle» (Slagstad, 2001, s. 245). Det er viktig å se utviklingen fra start. Dette fordi sosialiseringen som Arbeiderpartiet gjennomgikk på 1930-tallet var et viktig element for at partiet kunne bli en drivkraft for prosjektet i etterkrigsårene (Slagstad, 2001, s. 245). Fra 1990-årene ble det økende fokus mot å få trygdene tilbake i arbeid.

Det ble innført et samarbeid med arbeidsgivere, og en politikk med strengere oppfølgingskontroll. Videre på 1990-tallet ble det utviklet et prinsipp hvor ansvaret skulle skyves nedover i mindre beslutningsgrupper. Som et resultat av dette fikk staten mindre ansvar, og man begynte å snakke om «jakten på det tapte fellesskapet». I årene som fulgte ble det en økt individualisme, noe som sees på som et paradoks- velferdsstaten som skulle basere seg på et fellesskap, motarbeidet seg selv ved å frigjøre individet fra fellesskapet. Et av poengene med velferdsstaten var å skape større likhet og rettferdighet, men desentraliseringspolitikken, som forklart ovenfor, opplevdes som en tilbakeføring av ansvar og oppgaver (Sejersted, 2005, s. 415). Dette er elementer jeg vil komme tilbake til senere i oppgaven.

Arbeidslinja

«Arbeidslinja betyr at virkemidler og velferdsordninger – enkeltvis og samlet – utformes, dimensjoneres og tilrettelegges slik at de støtter opp under mål om arbeid til alle» (Sosial- og Helsedepartementet, 1994-1995, s. 89).

Et av de viktigste argumentene for arbeidslinja er å utjevne forskjeller og forhindre fattigdom. Ifølge Bay mfl (2019) har dette vært en viktig del av norsk sosialpolitikk siden inngangen til 1990-tallet. Arbeidslinja skal utformes på en måte som gjør det attraktivt å arbeide, og at dette skal sees på som et førstevalg (Bay, Hatland, Pedersen & Terum, 2019, s. 14). På den andre siden skal arbeidslinja også tilby stønader til de som faller utenfor, og som av ulike årsaker ikke har mulighet til å delta i arbeidslivet. Det skal fungere som et sikkerhetsnett for å forhindre fattigdom. På denne måten fører arbeidslinja med seg et dilemma i velferdspolitikken. Det er viktig at ytelsene fra velferdsstaten skal forhindre fattigdom, men de skal ikke brukes på en positiv måte som kompenserer for ønske om å delta i arbeidsmarkedet (Bay et al., 2019, s. 27-28).

Arbeidslinja er også et viktig virkemiddel for sosial integrering. Deltakelse i arbeidslivet innebærer å yte til fellesskapet i samfunnet, og arbeidsmarkedspolitikken er på denne måten sterkt knyttet til velferdspolitikken (Glemmestad & Kleppe, 2019, s. 31). Ifølge Fasting (2014) er arbeid helt avgjørende for å klare å drive en bærekraftig velferdsstat. Hun hevder at faktorer som hvor mye vi arbeider og hvor mange som arbeider er helt essensielt. Videre argumenterer Fasting (2014) for at vi ikke kan basere oss på olje- og gass-sektoren i det lange løp, og at vi må forstå at det er utviklingen i fastlandsøkonomien som vil være avgjørende.

Et av hovedpoengene i perspektivmeldingen ser ut til å være at dersom vi ønsker å opprettholde dagens velferdsstat er det helt essensielt at så mange som mulig tar en del av arbeidslivet (Fasting, 2014, s. 16).

Den norske modellen

Ifølge Hagaseth (2019) brukes den norske modellen som et samlebegrep for organiseringen av det norske arbeidsmarkedet, samt samarbeidet mellom de ulike aktørene i samfunnet. Sentralt i den norske modellen er det såkalte trepartssamarbeidet. Dette omhandler samarbeidet mellom arbeidstakerne og deres organisasjoner, arbeidsgiverne og deres organisasjoner, og myndighetene. En sentral del av trepartssamarbeidet er intensjonsavtalen om et mer inkluderende arbeidsliv (IA-avtalen). IA-avtalen er en intensjonsavtale mellom staten og partene i arbeidslivet for å skape et mer inkluderende arbeidsliv. Intensjonsavtalen er en visjon om hvordan det norske arbeidslivet skal tilrettelegges slik at alle som kan og vil arbeide skal kunne delta (Hagaseth, 2019, s. 33-34).

Arbeids- og sosialdepartementet (2018) hevder at det er vanskelig å fastslå hvilke effekter IA-avtalen har hatt i praksis da det foreligger lite evidensbasert forskning på de ulike tiltakene, men det ble i 2018 utgitt en rapport som viser til status og utviklingstrekk ved de ulike målene. Faggruppen for IA-avtalen har i rapporten vurdert måloppnåelsene i sammenheng med ytterlige utviklingstrekk i samfunnet. Dette vil si at de har tatt hensyn til hvordan endringene på arbeidsmarkedet, i norsk økonomi og ulike demografiske utviklingstrekk kan ha vært med på å påvirke de ulike delmålene. Det har med dette ifølge arbeids- og sosialdepartementet vært utfordrende å identifisere hva som skyldes hva; hvorvidt endringene er et resultat av de ulike faktorene eller IA-arbeidet i seg selv (Arbeids- og sosialdepartementet, 2018, s. 6).

Å hindre utstøting og frafall fra arbeidslivet er en del av det overordnede målet i IA-avtalen, men tallene fra 2018-rapporten ser ikke ut til å være spesielt optimistiske. Siden IA-avtalen ble innført i 2001 har det ifølge arbeids- og sosialdepartementet (2018) vært store svingninger i andel sysselsatte i arbeidsaktiv alder. Fra 2001 til 2017 falt sysselsettingsandelen med 2 ½ prosentpoeng, og det er i de yngre aldersgruppene hvor nedgangen har vært størst. Flere faktorer, som blant annet mer utdanning, økt innvandring, samt finanskrisen i 2008, har ifølge departementet hatt betydning for denne utviklingen i sysselsettingen.

Faggruppen for IA-avtalen legger vekt på at sammenhengene mellom inkludering i arbeidslivet, helseutfordringer og kompetanseutfordringer er komplekse. Samtidig trekker de frem at helseutfordringer blant unge kan gjøre det vanskelig å få et fotfeste i arbeidslivet. Til tross for mer optimistiske tall på noen av de andre delmålene legger faggruppen for IA-avtalen frem at manglende kompetanse kan være et hinder for å oppfylle alle målene i IA-avtalen i årene fremover (Arbeids- og sosialdepartementet, 2018, s. 6-7)

Den nasjonale IA-avtalen er endel av inkluderende arbeidsliv, men arbeidsinkludering handler også i stor grad om et felles ansvar for å inkludere og motvirke ekskludering i samfunnet (IA-avtalen 2019-2022).

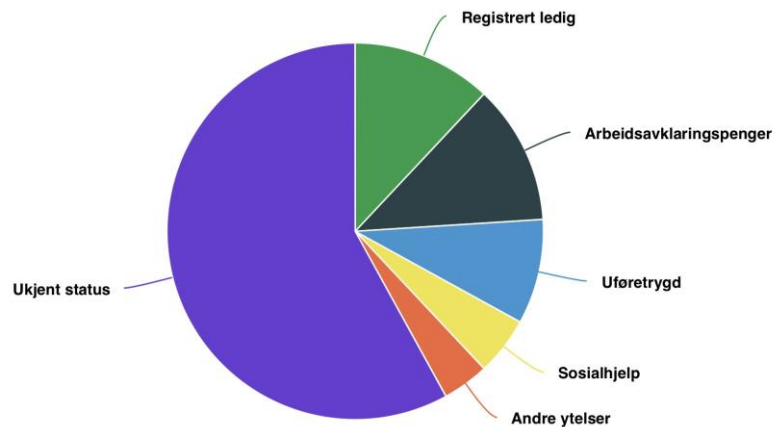
2.2 Utenforskap

Ifølge Hagaseth (2019) er ikke utenforskap et faglig etablert fagterm, men det blir ofte brukt som et uttrykk for å beskrive manglende sosial deltagelse i samfunnet. Selv om flere faktorer kan være med på å føre til utenforskap, er det noen forhold som ofte er nært knyttet til uttrykket. Dette er betegnelser som integrasjon, tilhørighet, sosial eksklusjon og marginalisering. Arbeid er en viktig arena for inkludering i samfunnet, og arbeidsledighet kan derfor føre til utenforskap på ulike samfunnsarenaer (Hagaseth, 2019, s. 27)

Utenforskap i arbeidsmarkedet er et definisjonsspørsmål. Noen mennesker betegnes som «utmeldt», mens andre som «påmeldt». Ifølge (Fløtten, Hermansen, Hippe & Lescher-Nuland, 2011) ligger forskjellen på disse i at førstnevnte omfatter de som er permanent utenfor arbeidslivet. Denne gruppen mennesker er helt ute av arbeidslivet, og forsørges av en varig offentlig støtte. De som er «påmeldt» er de som bare er utenfor arbeidslivet i en midlertidig periode. Det er ikke slik at andelen mennesker som har langvarig ytelser fra Nav øker i Norge. De fleste som mottar ytelser fra Nav gjør det i kortere perioder, og er derav under gruppen «påmeldt». Til tross for dette ser det annerledes ut for enkelte grupper i samfunnet (Fløtten et al., 2011).

Ifølge Fløtten et al., (2011) har innvandrere og unge mennesker med psykiske utfordringer fått mye oppmerksomhet de siste årene grunnet utfordringer med å få innpass på arbeidsmarkedet. Psykiske utfordringer hos ungdom og unge voksne har hatt en stadig økning de siste årene, og Fløtten et al., (2011) argumenterer for at det faktisk at arbeidslivet er i endring, gjør det også vanskeligere for denne gruppen mennesker å få og beholde en jobb.

Videre argumenteres det for at det samme gjelder innvandrere som har kommet til Norge som flytninger, og at det er urovekkende at disse menneskene kanskje aldri får en sjanse for arbeidsmarkedet (Fløtten et al., 2011).



¹Figur 1: NEET-gruppen i 2017 etter arbeidsstyrkestatus

Tabellen ovenfor viser SSB sin statistikk over NEET-gruppen i 2017 etter arbeidsstyrkestatus. Oversatt til norsk er NEET en forkortelse for unge personer som ikke er i utdanning, arbeid eller opplæring. Tabellen viser personer fra alderen 15-29 år i 2017. Prosentdelen «ukjent status» er hele 58 prosent. Dette kan ha ulike grunner, blant annet personer som har forlatt Norge uten å registrere utvandring i folkeregisteret, støtteordninger som sosialhjelp og kontantstørre hvor kun en person blir registrert selv om det mottas av hele husholdningen, eller voksne som tar grunnskoleutdanning. Selv om denne prosentdelen er relativt høy og har ukjent årsak, var det også hele 12 prosent som var registrert ledige, 21 prosent som mottok uføretrygd eller arbeidsavklaringspenger, og 9 prosent som mottok sosialhjelp eller kontantstøtte. For å undersøke hvordan det går med NEET gruppen over tid har SSB (2019) tatt utgangspunkt i 2012 og fulgt utviklingen i gruppen fra 2008-2017. Resultatene viser seg å samsvare med funnene lagt frem av Fløtten et. al (2011). Av unge mennesker som falt utenfor i 2012 kom nesten halvparten seg tilbake i arbeid året etter. Gruppen som ble værende utenfor var unge med helseutfordringer, samt unge uten videregående utdanning (Statistisk sentralbyrå, 2019b). Dette viser at selv om mange kommer seg tilbake til arbeidsmarkedet, er utenforskap fortsatt en realitet, spesielt blant unge med helseutfordringer.

¹ <https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/artikler-og-publikasjoner/hvordan-gar-det-med-unge-som-faller-utenfor>

Når det gjelder sysselsetting blant innvandrere har SSB (2019) registrert at 66,6 % av innvandrere i alderen 20-66 år var sysselsatt i 4. kvartal i 2018. SSB definerer innvandrere som «personer som er født i utlandet av to utenlandsfødte foreldre og fire utenlandsfødte besteforeldre. Innvandrere har på et tidspunkt innvandret til Norge» (Statistisk sentralbyrå, 2019c). Hva med resten av prosentandelen? Etter mitt syn er dette en uutnyttet arbeidskraft det er mulig å mobilisere. Mennesker som kan være en stor og viktig ressurs for samfunnet, og som gjennom arbeid kan gå fra arbeidsledighet og utenforskap- til å oppnå en følelse av integrasjon og tilhørighet i samfunnet.

2.3 Perspektiver på arbeidsmarkedet

Jeg vil nedenfor legge frem ulike perspektiver og teorier på arbeidsmarkedet. Evensen (2009) legger frem diskrimineringsteori som en viktig teori for å få et innblikk i mekanismer i ansettelsesprosesser, samt for å belyse overgangen for ikke-vestlige innvandrere til arbeidsmarkedet (Evensen, 2009, s. 182). Jeg vil først legge frem hva som ligger i begrepet diskriminering, før jeg går nærmere inn på Evensen (2009) sin tolkning av diskrimineringsteori. Videre vil jeg legge frem begrepet mangfold, og hvilken relevans dette har på arbeidsmarkedet. Min oppfatning er at arbeidsgivere har et økende fokus mot å skape mangfold på arbeidsplassen. Nordic Choice Hotels er en bedrift som stadig henviser til betydning av mangfold, og jeg anser det derfor som relevant å legge frem hvordan begrepet kan forstås.

2.3.1 Diskriminering og dominans

Diskriminering betyr at noen individer opplever en usaklig forskjellsbehandling basert på hudfarge, «rase», avstamning, nasjonal eller etnisk opprinnelse (Matthiesen, Glasø & Lewis, 2009, s. 80). I Norge har likestillings - og diskrimineringsloven (2017) som formål å fremme likestilling og hindre diskriminering. Dette gjelder vesentlige forhold som blant annet kjønn, etnisitet, religion, seksuell orientering og livssyn (§1). Dette gjelder alle samfunnsområder (§ 2 første ledd), og er derfor også høyst relevant for arbeidslivet (Kane & Köhler-Olsen, 2019). I lovens §29 første ledd kommer det tydelig frem at dette gjelder alle sidene ved et arbeidsforhold, helt fra utlysning av stillingen (Likestillings- og diskrimineringsloven §30 andre ledd; sitert i Kane & Köhler- Olsen, 2019).

«Adriana fikk nei på alle jobbsøknader- helt til hun kalte seg Camilla» (Frøjd, 2018). Dette er bare et av mange eksempler som har kommet frem i media de siste årene. Det at det er vanskeligere å komme inn på jobbintervju, samt få jobb med utenlandsk navn i Norge ser ut til å være et faktum. Forskning fra institutt for samfunnsforskning viser til at utenlandske navn på CV én reduserer sannsynligheten med hele 25 prosent for å bli kalt inn til intervju. I 2012 ble det utført en undersøkelse hvor 1800 fiktive jobbsøknader ble sendt ut i reelle jobbutlysninger. Alle de fiktive kandidatene var like godt kvalifisert, men navnene på CV-en signaliserte at de hadde ulik etnisitet. Forskerne ville med dette eksperimentet undersøke hvordan etnisk bakgrunn påvirker en ansettelsesprosess, og de fant ut at sannsynligheten for å bli innkalt til intervju reduseres med en fjerdedel i tilfeller hvor personene hadde navn som ikke var typiske norske (Hansen, 2012). Hvis dette er realiteten ser det ut til at et arbeidsliv for alle i Norge, kun er en illusjon. På overflaten kan det virke som det norske arbeidsmarkedet er åpent for alle, mens realiteten ser ut til å være en bekymringsverdig retning hvor individer blir utsatt for diskriminering.

Hvorfor er det systematisk vanskeligere for ikke-etnisk norske å få innpass på arbeidsmarkedet? I de to følgende diskrimineringsteoriene knyttes årsakene til arbeidsgiveres holdninger og handlinger. De to mest sentrale formene for diskriminering er holdningsbasert/ eller smaksdiskriminering og statistisk diskriminering (Evensen, 2009, s. 184). Statistisk diskriminering tar utgangspunkt i arbeidsgivers antagelser om at noen grupper mennesker er mer eller mindre produktiv enn andre. Denne type diskriminering knyttes med dette til bedriftsøkonomiske vurderinger av arbeidsgiver (Evensen, 2009, s. 184). I en ansettelsesprosess vil arbeidsgiver aldri kunne være 100 prosent sikker på den ansattes produktivitet. For arbeidsgiver virker det derfor rasjonelt å ta utgangspunkt i hva hen tenker er gjennomsnittet er hos forskjellige kategorier av mennesker, og tar et valg ut ifra foretrukne bestemte tilskrevne egenskaper. Selv om statistisk diskriminering kan virke rasjonelt ut fra arbeidsgiveres synspunkt er ikke dette tillat etter norsk lov (Birkelund & Mastekaasa, 2009, s. 31).

Holdningsbasert/ eller smaksdiskriminering tar utgangspunkt i at fordommene til arbeidsgivere er knyttet til visse typer grupper, og at arbeidsgiver vil velge å tape penger fremfor å ansette disse (Becker 1971:16; sitert i Evensen, 2009). Denne type diskriminering kan også grunne i at arbeidsgiver antar at relevante personer, som ansatte eller kunder, har holdninger som hen må ta hensyn til, selv om arbeidsgiver selv ikke har spesielle preferanser.

Holdningsbasert/ eller smaksdiskriminering kan derfor ta form på to ulike måter. For det første kan det være tilfeller hvor arbeidsgiver gjør diskriminerende valg ut fra egne holdninger. Her vil hen ansatte en mindre produktiv person, til tross for at det vil koste bedriften penger. På den andre siden kan det være tilfeller hvor arbeidsgiver har antagelser om andres holdninger, og derav tar diskriminerende valg ut fra dette. Motivet kan i dette tilfelle ligge i å tjene penger ved å tilfredsstille bedriftens kunder og ansatte (Birkelund & Mastekaasa, 2009, s. 30-31). Dette er interessant når det kommer til hotellbransjen. Hotellbransjen er et eksempel hvor kundegruppen representerer et stort mangfoldig utvalg og hvor de ansatte har daglig direkte kontakt med de ansatte.

Det ser ut til at diskriminering kan ta form på ulike måter på det norske arbeidsmarkedet. Ut ifra ovennevnte kan det tyde på at arbeidsgiveres holdninger og handlinger må endres, for å kunne ende diskriminering som ser ut til å være tilstede på det norske arbeidsmarkedet. Jeg vil nedenfor gjøre rede for begrepet mangfold, før jeg avslutter med å trekke linjer mellom begrepene diskriminering og mangfold, og hvordan dette kan sees i lys av en maktdimensjon.

2.3.2 Mangfold

«Det nye mangfoldige Norge er ikke noe man kan være for eller imot; det er en realitet. Spørsmålet er hvordan vi håndterer det». Dette er ordene til Jonas Gahr Støre under rasismedebatten på Litteraturhuset i 2008. Hans budskap som daværende utenriksminister var at fordommer finnes i alle mennesker, og for at fordommer ikke skal gå over til rasisme er det viktig å jobbe mot det. Fordommer kommer av uvitenhet, og kunnskap er derfor den beste måten for å bekjempe det (Birkelund & Mastekaasa, 2009).

Begrepet mangfold kan defineres og forstås på ulike måter, avhengig av kontekst og formål. I Norge blir mangfold ofte brukt i forhold til etnisitet, og herunder blant annet språk, nasjonalitet, hudfarge og religion. I et arbeidslivsperspektiv knyttes mangfold ofte til at befolkningssammensetningen i samfunnet skal gjenspeile seg i arbeidslivet. På denne måten kan mangfold forstås som menneskelig variasjon, og at ulike arenaer i samfunnet skal reflektere denne variasjonen (Berg, Thorshaug, Garvik, Svendsen & Hellan Øiaas, 2012). Jeg har en oppfatning av at mangfoldsbedrifter er viktig- ikke som et eget mål, men som et middel for å oppnå et inkluderende arbeidsliv. Ifølge Brenna (2019) er en mangfoldsbedrift en bedrift eller organisasjon som skaper inkludering gjennom mangfold.

Hun legger vekt på at dersom bedrifter velger å rekruttere et mangfold inn i sin bedrift er det viktig at ledelsen også forstår betydningen av en inkluderende kultur på arbeidsplassen, og at arbeidsgivere må forstå hva som ligger under overflaten (Brenna, 2018, s. 184-187).

Vi hører stadig om «kultur på arbeidsplassen», men begrepet kultur i seg selv kan defineres og forstås på ulike måter.

Jeg ønsker ikke at huset mitt skal ha murer på alle kanter og at vinduene skal blendes. Jeg vil at alle lands kulturer skal blåse friest mulig rundt huset mitt. Men jeg nekter å la noen blåse meg overende. - Mahatma Gandhi (World Commission on Culture and Development, 1997, s. 20)

Gandhi var en vis mann, og jeg synes han sier noe svært vist i de ovennevnte ordene. Norge har lenge vært og fortsetter å være ett flerkulturelt land. Spørsmålet er hvordan dette blir håndtert. Er vi mest opptatt av å sette opp murer for å beskytte vår egen kultur, eller er vi åpne for å la andre lands kulturer få blåse fritt? Jeg vil nedenfor legge frem hvor begrepet kultur kan forstås, for deretter å trekke frem hvorfor kulturbegrepet er relevant i denne sammenheng.

Jeg velger å se på hvordan kultur blir fremstilt i psykologien og fra verdenskommisjonen for kultur og utvikling. Hofstede (1980) legger frem at psykologien oftest bruker begrepet kultur om en gruppe mennesker som deler like verdier, normer og holdninger (Hofstede, 1980; sitert i Sandal, 2019, s.15). I verdenskommisjonen for kultur og utvikling blir kultur forstått som «måter å leve sammen på», og kultur og utvikling henger tett sammen. Utvikling i dette perspektivet omhandler å fremme respekt for andre kulturer, kulturell vekst og kulturell frihet (World Commission on Culture and Development, 1997, s. 13-14). Det norske samfunnet og arbeidslivet har i de siste tiårene stått fremfor store endringer mot et økende kulturelt mangfold (Sandal, 2009, s. 11). Ifølge statistisk sentralbyrå utgjør innvandringsbefolkningen i Norge 844 402 personer per 2019. Her regnes både innvandrere og norskfødte med innvandrereforeldre (Statistisk sentralbyrå, 2019a). Bare ti år tilbake i tid var innvandringsbefolkningen anslått å være nærmere 500 000 (Sandal, 2009). Dette viser at mye har skjedd det siste tiåret. Som tidligere nevnt er arbeidsmarkedet sett på som en svært viktig arena for integrering og for å skape mening i den enkeltes liv. Denne endringen i samfunnet krever at ledere og ansatte tenker nytt og finner nye løsninger på arbeidsmarkedet (Sandal, 2009, s. 11-12).

Ifølge Skogstad og Einarsen (2000) presenterer media oss ofte for effektene av organisasjonskultur, og hvilken innflytelse dette kan ha på organisasjonenes medlemmer og omgivelser. De hevder at det har blitt en økende forståelse for at det eksisterer en tydelig sammenheng mellom bedriftens verdier og normer, og bedriftens «indre liv» og effektivitet. Begrepet organisasjonskultur fikk ikke spesielt oppmerksomhet før mot slutten av 1970-tallet, og fremstår derfor som et relativt nytt begrep (Skogstad & Einarsen, 2000, s. 101). Schein (1985) definerer organisasjonskultur på denne måten;

Et mønster av grunnleggende antagelser- skapt, oppdaget eller utviklet av gitt gruppe etter hvert som den lærer å mestre sine problemer med ekstern tilpasning og intern integrasjon- og som har fungert tilstrekkelig bra til at det blir betraktet som sant, og som derfor læres bort til nye medlemmer som på den riktige måten å oppfatte på, tenke på og føle på i forhold til disse problemene (Schein, 1985; s. 9, oversatt av forfatterne). (Skogstad & Einarsen, 2000, s. 102).

Med andre ord kan vi si at organisasjonskultur handler om kulturen som utvikles, opprettholdes, og læres videre bort, i en gitt gruppe. Schein (1985) presenterer tre nivåer i organisasjonskulturen. Først er det basisnivået som omhandler de grunnleggende antagelsene som skal utgjøre kjernen i organisasjonskulturen. Dette er antagelser som fremstår som ubeviste for oss. Videre har vi mellomnivået hvor vi finner de normer og verdier som er uttrykte. Til slutt er det det øverste nivået som omhandler kulturelle uttrykk som språk, handlinger, administrative systemer og fysiske innretninger. For å få en god beskrivelse av organisasjonskulturen er det ifølge Schein (1985) essensielt å forstå de grunnleggende antagelsene i organisasjonen (Skogstad & Einarsen, 2000, s. 102). Hvordan og hvilke lag og nivåer av organisasjonskulturen som skal studeres avhenger av forskningstradisjon. Innen kvalitativ metode blir det argumentert for at de viktigste nivåene i organisasjonskulturen er de innerste og minst tilgjengelige (Skogstad & Einarsen, 2000, s. 105). Selv om det fremdeles er flere ubesvarte spørsmål om hvordan flerkulturelle arbeidsplasser skal bygge en organisasjonskultur som på best mulig måte inkluderer alle, er følelsen av tilhørighet og at hver enkelt ansatt er en del av et «vi» faktorer som har vist seg å være viktig for kunne skape en sterk og positiv organisasjonskultur (Sandal, 2009, s. 16).

Diskriminering, mangfold og makt

«Etnisk rensing», sosiale og rasemessige fordommer og religiøs fanatisme er begreper som dessverre er reelle i dagens samfunn. Det er med dette essensielt å tenke over hvordan ulike kulturer kan leve sammen i en fredelig sameksistens. Multi-etnisitet er et faktum innen de fleste landegrenser (World Commission on Culture and Development, 1997, s. 18), og dette gjelder også i høyeste grad for Norge. Verdenskommisjonen for kultur og utvikling legger frem at det derfor er viktig å skape toleranse, glede og respekt over de ulike kulturene som befinner seg innenfor landets grenser. Samtidig trekker de frem hvordan mennesker er opptatt av å bevare samfunnets opprinnelige verdier og holde en kontinuitet i samfunnets kultur, noe som fører til at utviklingen i samfunnet gjør det problematisk å skape en fredelig sameksistens mellom kulturene. Ved at myndigheter viser til etnisitet, raser eller religion er de også med på å favorisere eller diskriminere grupper i samfunnet. Dette vil kunne føre til at forhandlinger tas på grunnlag av de ulike kjennetegnene og det skjer en politisering av kulturen. Dette er en prosess som viser til at når en gruppe begynner å forhandle ut fra kulturidentitet kan andre grupper bli oppfordret til å gjøre det samme (World Commission on Culture and Development, 1997, s. 18-19).

Jeg anser ovennevnte faktorer som relevant også for arbeidslivskonteksten i Norge. Norge er et land med et stort kulturelt mangfold, og det er derfor viktig at arbeidsgivere kan klare å skape toleranse og respekt, samt se gleden i å ha et kulturelt mangfold på arbeidsplassen sin. Som verdenskommisjonen for kultur og utvikling legger frem kan grupper bli påvirket av andres valg, noe som kan ha en negativ effekt for å skape et fellesskap mellom kulturene i samfunnet. Det er her også viktig å se den andre siden av saken. Hvis noen grupper, i denne sammenhengen arbeidsgivere, går frem som et eksempel på en bedrift som ser den positive betydningen av et kulturelt mangfold, vil det være grunn til å tro at andre også vil følge etter.

Det er også verdt å trekke frem maktdimensjonen som her kommer til syne. Foucault (2002) opererer med begrepet dominans som en form for maktrelasjon. Dette er i følge Foucault (2002) en direkte maktrelasjon hvor det er tydelige skiller på hvem som er herre (Foucault, 2002). Relasjoner på arbeidsmarkedet, som forklart ovenfor, kan forstås som en dominans maktrelasjon.

2.4 Arbeidsgiver -og samfunnsansvar

Er det mulig å forene bedriftsøkonomisk lønnsomhet på den ene siden, og inkludering og samfunnsansvar på den andre? Dette er to spenninger jeg opplever blir mer og mer relevant for det norske samfunn og næringsliv. Bedrifters samfunnsansvar, også omtalt som corporate social responsibility, forkortet CSR, er nå et allment kjent begrep i næringslivet. CSR-politikk er tilstede i de fleste større selskaper, og flere ledere uttrykker forståelse for at de har et ansvar overfor både miljøet og samfunnet. CSR er en samlebetegnelse for en rekke forskjellige næringslivsaktiviteter. Dette omfatter blant annet personalpolitikk, menneskerettigheter og miljøvern (Marsden, 2010, s. 41).

CSR har blitt definert på ulike måter. Jeg velger å benytte meg av definisjonen til den norske regjeringen: «Bedrifter integrerer sosiale og miljømessige hensyn i sin daglige drift og i forhold til sine interessenter. Samfunnsansvar innebærer hva bedriften gjør på frivillig basis utover å overholde eksisterende lover og regler i det landet man opererer» (Det kongelige utenriksdepartement, 2009, s. 7). Bedrifter må med dette ta hensyn til sosiale konsekvenser når de fatter sine beslutninger. En konsekvens er arbeidsmiljøet, hvor deres fokus på arbeidsinkludering har stor relevans. Dette kan inkludere policy for å hindre diskriminering og utstøting, fremme inkludering gjennom deres rekrutteringspolitikk, samt skape en balanse mellom familieliv og arbeid (Støren-Váczy, 2019, s. 95).

Bedrifters CSR-politikk kan med dette omfatte det å skape en bedrift som baserer seg på et inkluderende arbeidsliv med mangfold og toleranse. For å kunne realisere et slikt arbeidsliv spiller arbeidsgiver en helt essensiell rolle (Støren-Váczy, 2019, s. 88). Det er ikke å komme utenom at begrepet samfunnsansvar også møter kritikk fra flere hold. Spørsmål som hvor stor virkning CSR-politikk har, hvorvidt bedriftene har bakenforliggende motiver for innføring av politikken, og om samfunnsansvarskonseptet er for mangelfullt er gjentakende diskusjoner. Det er med dette helt essensielt å prøve å undersøke den faktiske effekten av CSR, samt se på hvilket faktorer som ligger til grunn når arbeidsgiver velger å innføre en CSR-politikk med fokus på arbeidsinkludering.

Samfunnsansvar er et begrep som angripes fra ulike kanter, og det er med dette essensielt å reflektere rundt bedrifters og arbeidsgiveres fokus på samfunnsansvar; kan dette forstås som en form for omdømmebygging, snarere enn en etisk handling?

Dette fører oss til spørsmålet; tar arbeidsgivere kun valg ut fra hva som lønner seg for bedriften, på kort eller lang sikt, eller spiller samfunnsansvaret inn? Da min oppgave omhandler arbeidsinkludering er det denne delen av samfunnsansvar jeg retter fokuset mot.

Arbeidsgivere og bedrifter har ulike tilnærminger til hvordan de realiserer samfunnsansvar, men det som er felles for dem alle er risikovurderingene knyttet til ansettelse. Feilansettelser kan være kostbart for bedriften, både i form av produksjon og lønnsomhet. Arbeidsgivere vurderer derfor sine valg i sammenheng med bedriftens størrelse, kultur og verdioppfatning i bedriften, samt erfaringer og holdninger. Andreassen og Bergene (2011) legger frem en studie som tar for seg hvilke holdninger og ansvarsforståelse arbeidsgivere har knyttet til arbeidsinkludering. Grunnlaget for studien er kvalitative intervjuer med ulike arbeidsgivere som har hatt kontakt med NAV. Basert på funnene ble arbeidsgiverne fordelt i fem kategorier, ut ifra deres tilnærming til sosialt ansvar (Andreassen & Bergene, 2011, s. 317).

Den første kategorien er ifølge Andreassen og Bergene (2011) «*de forpliktende arbeidsgiverne*». Disse arbeidsgiverne fører et sosialt ansvar ut fra hva de anser som en forpliktelse. De følger og aksepterer de regler og plikter som er knyttet til deres samfunnsansvar, men de forventer også at NAV tilbyr støtte for realisering av samfunnsansvaret (Andreassen & Bergene, 2011, s. 322-325). Den andre kategorien Andreassen og Bergene (2011) utarbeidet er «*de selvtilstrekkelige arbeidsgiverne*». Disse arbeidsgiverne har en mer strategisk tilnærming til arbeidsinkludering og samfunnsansvar. De følger reglene de skal overholde, men er også opptatt av å være en attraktiv arbeidsgiver. Videre hevder Andreassen og Bergene at denne gruppen ikke ser nødvendigheten av IA-avtalen, og ønsker å ha NAV mer som en inntektskilde, snarere enn en samarbeidspartner. Den tredje kategorien som ble utviklet er «*De moralsk ansvarlige arbeidsgiverne*». Disse erkjenner deres samfunnsansvar og arbeidsinkludering, og deres ansvar er tett knyttet til omsorg for mennesker (Andreassen & Bergene, 2011, s. 326). «*De nytteorienterte arbeidsgiverne*» danner ifølge Andreassen og Bergene (2011) fjerde kategori. Her er arbeidsgiverne opptatt av å rekruttere ulike sosiale grupper som er ekskludert fra arbeidsmarkedet, samt ønsker de å ha et aktivt samarbeid med NAV (Andreassen & Bergene, 2011, s. 326-327). Siste kategori er «*den avvissende*». Disse arbeidsgiverne har produksjonsstyrte holdninger, og ser ikke utfordringer knyttet til samfunnsansvar som deres sosiale ansvar (Andreassen & Bergene, 2011, s. 327-328).

Slik jeg forstår Andreassen og Bergene (2011) gir disse kategoriene et innblikk i hvordan ulike arbeidsgivere forholder seg til arbeidsinkludering som samfunnsansvar.

Gustafsson mfl. (2014) har studert hvorvidt det er en sammenheng mellom arbeidsgivers erfaringer og åpenhet for å ansette mennesker med ulike utfordringer, og de hevder at det er lettere å få innpass i arbeidslivet hvis arbeidsgivere har tidligere erfaringer med å sysselsette mennesker med ulike utfordringer. De argumenterer videre for at størrelsen på bedriften også kan være en avgjørende faktor. I større bedrifter er beslutningsprosessene fordelt over flere nivåer, noe som ifølge Gustafsson mfl. (2014) kan resultere i at det ikke blir lagt særlig vekt på erfaringene til de som jobber tett på de ansatte. På den andre siden kan det i små bedrifter være enklere, da det er færre ledd mellom beslutningstakere og ansatte. Til tross for disse funnene finnes det ingen fasit på hvorvidt det er en sammenheng mellom bedrifters størrelse og arbeidsgivers holdninger til arbeidsinkludering (Støren-Váczy, 2019, s. 100)

På den andre siden er det funnet en tydelig sammenheng mellom arbeidsgivere som har erfaring med arbeidsinkludering, og deres holdninger til arbeidsinkludering. Kunnskap og erfaringer har ført til positive holdninger og en vilje om å fortsette denne type rekruttering. Arbeidsgivere mener at dette skaper lojale og arbeidsomme medarbeidere, og at sykefraværet er lavere (Unger, 2002.; Keye mfl., 2011: Svalund & Skog Hansen, 2013; sitert i Váczy, 2019, s.100). Ifølge Støren-Váczy (2019) kan det tyde på at det er et gap mellom arbeidsgiveres holdninger og deres fokus på arbeidsinkludering, og at arbeidsgiveres interesser og behov derfor må lyttes til (Støren-Váczy, 2019, s. 101).

Ut fra denne tidligere forskningen er det vanskelig å fastslå hvorvidt arbeidsgivere tar valg kun ut ifra bedriftens lønnsomhet, eller om samfunnsansvaret spiller inn. På den ene siden kan det virke som det avhenger av arbeidsgivers holdninger og ansvarsforståelse for arbeidsinkludering. På den andre siden kan det tyde på at arbeidsgivere som har erfaring med arbeidsinkludering tar valg ut fra hva som lønner seg for bedriften, på kort eller lang sikt, og at de ser dette i sammenheng med samfunnsansvar. Ifølge Støren-Váczy (2019) gir disse arbeidsgiverne uttrykk for at arbeidsinkludering kan ha en lønnsom effekt på bedriften, og at man ikke må velge mellom arbeidsinkludering som lønnsomhet eller samfunnsansvar.

3. TEORI

I dette kapittelet vil jeg gjøre rede for teorien som er sentral i min oppgave. Jeg vil starte med å legge frem Foucault og ulike former for makt. Etter dette vil jeg trekke frem Goffman og de sentrale begrepene «frontstage» og «backstage». Deretter vil jeg gjøre rede for diskursanalyse som teori og metode, før jeg går nærmere inn på Faircloughs tilnærming til kritisk diskursanalyse. Jeg vil avslutte med en redegjørelse av Faircloughs tredimensjonale modell som består av sosiale begivenhet, sosial praksis og sosial struktur, og hvordan jeg har valgt å tolke dette i min oppgave.

3.1 Michel Foucault

Michel Foucault blir av flere regnet som en av de største samfunnsviterne, eller sosialfilosofer fra etterkrigstiden. Foucault døde i 1984, men etterlot seg en rekke bøker, artikler, intervjuer og upubliserte manuskripter. Et av hans mest kjente analyser er av hyrdemakt og politi, noe som utviklet seg til å bli det franske begrepet *gouvernementalié*, på norsk oversatt til regjering (Foucault, 2002, s. 7).

Foucault opererer med dominans, strategi og regjering som tre hovedformer for maktrelasjoner. Det er den tredje formen for makt som er sentral i denne oppgaven, men jeg vil også gi en kort innføring i hans forståelse av dominans og strategi som maktrelasjon. Dominans er en direkte maktrelasjon hvor det er tydelige skiller på hvem som er herre. Subjektene kan alltid yte motstand, for motstand er ifølge Foucault en nødvendighet i en maktrelasjon, men subjektene er frie i en mye mer begrenset tilstand. De er frie i den betydning at de kan begå selvmord eller drepe den som yter makten, men deres handlinger kan ikke bli annet enn motstand. I en strategisk relasjon er det ikke alltid fastlagt hvem som er herre. Ifølge Foucault er dette en maktrelasjon som alltid er til stede i menneskelige samvær, og hvor det er åpenhet og forhandlinger om hvem som er den overordnede. Den siste formen for makt er «regjering», og dette er en maktrelasjon som legger seg mellom dominans og strategi. Betydningen av maktutøvelse fremstår i denne konteksten som: hvordan A får B til å gjøre noe mot sin vilje. Et tradisjonelt fokus på denne maktutøvelsen har vært tvang, men for Foucault var det viktig å se på det logiske spørsmålet om hvor viljen til B har sitt opphav. Han tar utgangspunkt i de faktiske praksiser i et sosialt liv og stiller spørsmålene; Hva må gjøres, og hvordan må det gjøres? (Foucault, 2002, s. 11-19).

Ifølge Foucault (2002) brøt styringsproblematikken frem på 1500-tallet. Han mener at skjæringspunktet mellom to ulike bevegelser fremmet spørsmålene og problemene om «hvordan og i hvilken grad man skal bli styrt», samt «mot hvilke mål og på hvilken måte». Den ene bevegelsen var i retning av statlig sentralisering, mens den andre var i retning av religiøse uenigheter (Foucault, 2002, s. 39-40). Foucault ble spesielt interessert i å analysere hva kunsten å styre består i. Han argumenterte for at det finnes mange styringstyper, men at alle disse måtene å styre på befinner seg innen samfunnet og staten. Med dette mente han at alle forskjellige styringstyper eksisterer innenfor staten, både i form av en familiefar som styrer sin familie, eller en abbed som styrer sitt kloster. Foucault legger frem tre spesifikke typer styring som er interessant for refleksjon, men påpeker at det viktigste er å forstå at det alltid foreligger en kontinuitet mellom den ene og den andre, samt den andre og den tredje. De styringstyper han referer til er styringen av selvet, som tilhører moral, kunsten å styre en familie, som tilhører økonomien, og til slutt er det styring av staten som hører under politikken (Foucault, 2002, s. 47). Selv om begrepet økonomi viste seg som en form for styring på 1500-tallet, var det ifølge Foucault (2002) på 1700-tallet at det ble et realitetsnivå. Foucault argumenterer for at man på denne tiden virkelig kunne se hva det ville si å styre, samt bli styrt (Foucault, 2002, s. 50). På samme tid gikk også familien ifølge Foucault fra å være en modell, til å være et viktig ledd i styringen av befolkningen (Foucault, 2002, s. 63).

For å oppsummere hva han mener med begrepet «regjering» prøver Foucault å sammenfatte det. For det første forstår Foucault «regjering» som en kompleks maktform som har befolkningen, den politiske økonomi og sikkerhetsanordningene som siktemål, viten og instrumentelle teknikk. Denne maktformen dannes ifølge Foucault av institusjonene og prosedyrene, refleksjonene og analysene, samt taktikkene. For det andre forstår Foucault «regjering» som den tendensen vesten har ledet. En tendens som skaper en makt som blir viktigere enn alle andre maktformer (Foucault, 2002, s. 68).

Foucault utviklet regjerings-begrepet som et svar på kritikk mot hans tidligere analyser, og derav som et redskap til å forstå maktutøvelsen i moderne samfunn. Begrepet er ett forsøk på å teoretisere maktteknikkene til den moderne staten. Som forklart ovenfor handler begrepet om å regjere eller styre, og strekker seg ut over den utøvende instans- regjeringen. Det skal fortelle at makt utøves av noe annet enn kun en stat og en regjering. Med begrepet utfordret han teoretiseringen av maktbegrepet som hadde eksistert i flere tusenår (Foucault, 2002, s. 10).

I det norske samfunnet er New Public Management, hvor de ansatte av staten skal være sin egen kontrollinstans, et godt eksempel på denne maktformen. Snarere enn en direkte maktform, er handlinger i samfunnet kontrollert av en indirekte form for makt (Foucault, 2002, s. 11-19).

Foucaults tanker om en indirekte form for makt vil være sentralt for min oppgave. Jeg vil senere i kapittelet legge frem Faircloughs tilnærming til kritisk diskursanalyse, og Foucault vil også her være svært sentral. I analysen vil jeg drøfte hvordan makten kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering, og videre hvordan den er utslagsgivende for diskursene som kommer til uttrykk.

3.2 Erving Goffman

Erving Goffman var en ukjent forfatter da boken hans «The Presentation of Self in Everyday life» ble utgitt i 1959. Han var en høyt begavet student ved University of Chicago, og etter utgivelsen av boken var det flere av kollegaene hans som begynte å lytte og ta han alvorlig. Til tross for at tematikken til Goffman hadde dype røtter i samfunnsvitenskapen, ble hverken «teater-modellen» eller den «nitide næranalyse av mennesker i samhandling» ansett som fashionable da de ble utgitt.

Hans interesse sies å ha en sammenheng med hans personlige historie. Goffman ble født og oppvokst i en jødisk familie i Canada, og var relativt liten for alderen. Dette skal ha medført at han følte en distanse fra både bakgrunnen sin, og fra miljøet han hadde blitt introdusert for i USA. Disse faktorene skal ha vært utløsende for trangen han utviklet for å gjennomskue og avsløre både seg selv og sine medmennesker. Han utviklet begreper og synsmåter som har blitt godt kjent i etterkant, hvor ideen om *situasjonsdefinisjon* blir sett på som den viktigste. Denne ideen handler om at man trenger å etablere en forståelse av anledningen når man samhandler, og hvilken del av vår person vi skal spille ut. I dette omhandler oppfatningen om hva man trenger vite om andre, og hva som skal høres relevant ut både for dem andre og for oss selv. Ut ifra dette kommer hovedstyringene ved atferd, og de komplekse sidene ved samhandling. Disse perspektivene har fulgt med videre i Goffman sitt arbeid, og begrepene og ideene han etablerte i «The Presentation of Self in Everyday Life» er hva han anser som grunnleggende trekk ved samfunnet. Det sies at Goffman har gjort det mulig for oss å endelig forstå mer av den sosiale virkeligheten (Goffman, 1992, s. 7-8).

Sentralt for min oppgave er den «dramaturgiske metaforen» på samfunnet, hvor begrepene «frontstage og «backstage» er sentrale. På norsk er front stage oversatt som fasade-området, og back stage er oversatt som bakside-området. Jeg vil nedenfor legge frem hva som ligger i denne metaforen, med de tilhørende begrepene.

Områder og område-adferd

Ifølge Goffman (1992) kan et område defineres som; «et hvilket som helst sted som i en viss utstrekning blir innhegnet av hindringer for vår oppfattelse» (Goffman, 1992, s. 92). Med dette mener Goffman at et område vil være mer eller mindre effektivt avgrenset, og at vår oppfattelsesevne kan støte på ulike hindringer. For å illustrere trekker han frem ett kontrollrom på en radiostasjon som et eksempel. Ett slik type rom kan avgrense et område for hørselen, men ikke synet. Goffman legger også frem hva som kjennetegner og bærer preg på en opptreden innen et område i det angloamerikanske samfunn. Han trekker frem at opptreden fremføres innen et avgrenset område, og at tidsgrenser ofte er en gjentakende faktor. Hvis man tar utgangspunkt i en bestemt opptreden, kan det ifølge Goffman (1992) være nyttig å bruke betegnelsen «fasadeområde» om stedet der opptreden fremføres (Goffman, 1992, s. 92).

«Fasade-området»/front stage

Betegnelsen «fasade» blir brukt til å forklare den del av en persons opptreden som skjer på en generell og fastlagt måte. Fasade er med andre ord hvordan en person både bevisst, eller ubevisst, tar i bruk ulike uttrykksmidler under en opptreden. Goffman deler fasaden opp i ulike deler. Først er det «kulissene», som kan være utsmykninger, møbler, innredning og andre deler som skaper scenearrangementet, og som utspilles i, foran eller på dem (Goffman, 1992, s. 27-28).

Hvis betegnelsen «kulisser» står for de scenearrangementene som skal uttrykke noe, mener Goffman videre at «personlig fasade» står for alle de andre delene som uttrykker noe. Dette er det vi nærmest setter i sammenheng med den som opptrer, og det vi opplever som naturlig at den opptredende har med seg overalt. Den personlige fasade kan være antrekk, kjønn, utseende, holdning, ansiktsuttrykk, kroppsbevegelser osv. Noen av disse faktorene vil ikke endres fra situasjon til situasjon, mens andre er midlertidige og kan skifte fra det ene øyeblikket til det andre.

Goffman mener at det noen ganger kan det være hensiktsmessig å dele den personlige fasade inn i to deler; «ytre» og «manerer». «Ytre» omfatter de opplysningene som sier noe om den sosiale statusen til den opptredende. Samtidig sier det også noe om holdningen personen har til situasjonen, og hvilken rolle personen inntar i forhold til de andre. Videre gir «manerer» oss en pekepinn på hvordan vi tror den opptredende vil spille i den aktuelle situasjonen. Ofte regner man med at det vil være et samsvar mellom ytre og manerer, men disse kan også komme i strid med hverandre. Dette kan skje hvis en person gir uttrykk, og oppfører seg på en måte som ikke samsvarer med publikum. Som for eksempel hvis den opptredende gir uttrykk for å være i høyere rang enn sitt publikum. Et samsvar mellom kulisser, ytre og manerer er et idealtilfelle som derfor kan lede vår oppmerksomhet og interesse for å finne unntakene. En måte å finne disse unntakene på er ifølge Goffman gjennom journalistene (Goffman, 1992, s. 29-30). Goffman mener at hvis kulisser, manerer og ytre kun blir brukt i opptredener av en enkelt type rutine, er dette sett på som unntagelsen, og ikke regelen (Goffman, 1992, s. 33).

«Bakside-området»/back stage:

«Bakside-området» eller «bak kulissene» kan ifølge Goffman (1992) defineres som et sted, hvor den opptredende gir et inntrykk som ikke samsvarer med inntrykket som blir gitt foran publikum/i fasade-området. I dette området kan deler av den personlige fasaden legges vekk, men også ordnes og undersøkes. Den opptredende kan slappe av, gå ut av rollen og gi slipp på fasaden (Goffman, 1992, s. 96-97). Goffman bruker flere eksempler for å illustrere hva han mener med fasade-området og bakside-området, blant annet fra hans feltarbeid på Shetland hotell. Han observerte hvordan mennesker endret væremåte etter hvem de snakket med, og etter hvilken situasjon eller rolle de ble stilt ovenfor. På hotellets kjøkken var det husmennesenes kultur som var gjeldende. Husmennesenes kultur på kjøkkenet handlet om et bestemt forhold mellom arbeider og arbeidsgiver. Selv om oppvaskguten var betydelig yngre enn den mannlige innehaveren snakket de til hverandre med fornavn. Mønsteret viste en likhet og fortrolighet mellom eieren og de ansatte, hvor de både spiste sammen og snakket med hverandre ved måltidene. Dette var en observasjon som ikke samsvarte overens med inntrykket Goffman hadde fått når det var gjester tilstede. Gjestene hadde en forestilling om at det burde foreligge en sosial distanse mellom de ulike ansatte, og det var derfor uoverensstemmelser mellom skikk og bruk på kjøkkenet og i andre deler av hotellet (Goffman, 1992, s. 99-100).

Begrepene fasade-område og bakside-område handler med dette om hvordan vi iscenesetter oss selv i ulike situasjoner. Goffman hevder at gjennom å spille disse ulike rollene, gir vi ett bevisst inntrykk av oss selv, og vi oppnår på denne måten en form for bevisst inntrykksstyring. Jeg opplever Goffman sin teori om fasade-området og bakside-området, samt inntrykksstyring, som relevant for min analyse og drøfting. Det er interessant å se hvorvidt det er samspill mellom det Nordic Choice Hotels og Stordalen formidler i fasade-området og det som foregår på bakside-området, og om dette vil synliggjøres i de ulike diskursene.

3.3 Fairclough og kritisk diskursanalyse

Ulike diskurser handler om ulike perspektiver på verden, som igjen er assosiert med det ulike forholdet mennesker har til verden, deres posisjon i verden, deres sosiale og personlige identitet, og deres sosiale forhold til andre mennesker. Diskurser fremstiller ikke bare verden som den er- de er også projektive, hvor de kan fremstille mulige verdener som er forskjellige fra den faktiske verden, og som knyttes til tanker om å forandre verden i en bestemt retning (Fairclough, 2003, s. 124). Diskursanalyse er ofte sterkt inspirert av Foucault (Fairclough, 2003, s. 2), hvor Foucault var opptatt av den samfunnsvitenskapelig diskursanalysen, som er spesielt opptatt av å analysere hvordan man snakker og skriver om fenomener og forhold i samfunnet. Foucault er spesielt interessert i innholdet i diskursene og dens samfunnsmessige betingelse. Faircloughs tilnærming til diskursanalyse ønsker å bygge bro mellom den samfunnsvitenskapelige og lingvistiske diskursanalysen, og hans bidrag er derav kritisk diskursanalyse. Det som skiller Faircloughs tilnærming til diskursanalyse fra andre, er Faircloughs måte å se for seg en diskurs som tredelt. Dette vil jeg gå nærmere inn på nedenfor (Østbye, Helland, Knapskog, Larsen & Moe, 2013, s. 95).

Siden sent på 1980-tallet har kritisk diskursanalyse blitt et etablert felt i samfunnsvitenskapen. Kritisk diskursanalyse kan defineres som en tverrfaglig forskning som er underlagt en rekke ulike tilnærminger, med ulike teoretiske modeller, forskningsmetoder og mål. Felles for alle tilnærmingene er en felles interesse for de semiotiske dimensjonene av makt, urettferdighet og politiske, økonomiske, sosiale eller kulturelle endringer i samfunnet. Kritisk diskursanalyse handler ikke utelukkende om en språklig enhet, men snarere sosiale fenomener som er komplekse og krever en tverrfaglig og multimetodologisk tilnærming.

En gjentakende misforståelse med ordet kritisk i diskursanalyse er at objektene som blir analysert skal bli koblet til negative opplevelser- dette er ikke tilfelle. Kritisk betyr ikke negativ. Det handler kun om at ethvert sosialt fenomen egner seg for kritisk etterforskning, at det skal bli utfordret og ikke tatt for gitt. Det er også viktig å vektlegge at begrepene «tekst» og «diskurs» blir brukt på mange ulike måter i samfunnsvitenskapen. Diskurs betyr alt fra et historisk monument, en politisk strategi, narrativer i en begrenset eller vid forstand av begrepet, en tekst, en samtale eller en tale. Vi finner derfor begreper som blant annet rasist diskurser, kjønnsdiskurser, diskurser om arbeidsledighet, media diskurser etc. (Wodak, 2014, s. 302).

Et annet poeng ved en kritisk diskursanalyse er at det er en praksis som kan føre til sosiale endringer. Når det gjelder begrepet ideologi handler dette om at kritisk diskursanalyse er interessert i den latende typen av hverdagsoppfatninger. Dominerende ideologier virker «nøytrale» med de antagelser om at de ikke blir utfordret. Dette er tilfelle når mennesker i samfunnet tenker likt om visse saker, eller glemmer at det finnes alternativer til den gjeldende ideologien. Makt er også helt sentralt i en kritisk diskursanalyse. Forskere som benytter seg av kritisk diskursanalyse er interessert i hvordan diskurser (re)produserer sosial dominans. Dette handler om hvordan det kan forekomme maktmisbruk av en gruppe fremfor andre, og hvordan dominerte grupper kan motstå et slikt misbruk. Dette reiser spørsmål om hvordan kritisk diskursanalytikere definerer maktbegrepet, og hvilke moralske standarder som tillater dem å skille mellom maktbruk og misbruk (Wodak, 2014, s. 303-306). Jeg har valgt å benytte meg av maktbegrepet til Foucault, og vil gå nærmere inn på dette senere.

Innen kritisk diskursanalyse finnes en rekke teoretiske nivåer av sosiologiske og sosio-psykologiske teorier. Utgangspunktet i min oppgave er lingvistisk orientert og vektlegger språkets betydning. Språk har stor innvirkning på sosiale forhold i samfunnet, og denne metoden søker å analysere hvordan dette foregår i praksis (Skrede, 2017, s. 11). Fairclough er opptatt av å analysere språk i bruk, hvordan samfunnet er sammensatt og hvordan det samfunnet produserer både fordeler og ulemper. Jeg har med dette valgt å benytte meg av Faircloughs tilnærming til kritisk diskursanalyse. Før jeg går nærmere inn på Faircloughs tilnærming, vil jeg trekke frem uttrykket: diskursiv orden. Poenget med diskursiv orden er å få et grep om de viktigste diskursene knyttet til et fenomen (Johannessen E.F et al., 2018, s. 71).

Jeg vil i analysen trekke frem hvilke diskurser som kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering, for senere å drøfte hvordan diskursene kan forstås i relasjon til framtrede kritikk av hotellkjeden i norsk sammenheng.

Fairclough

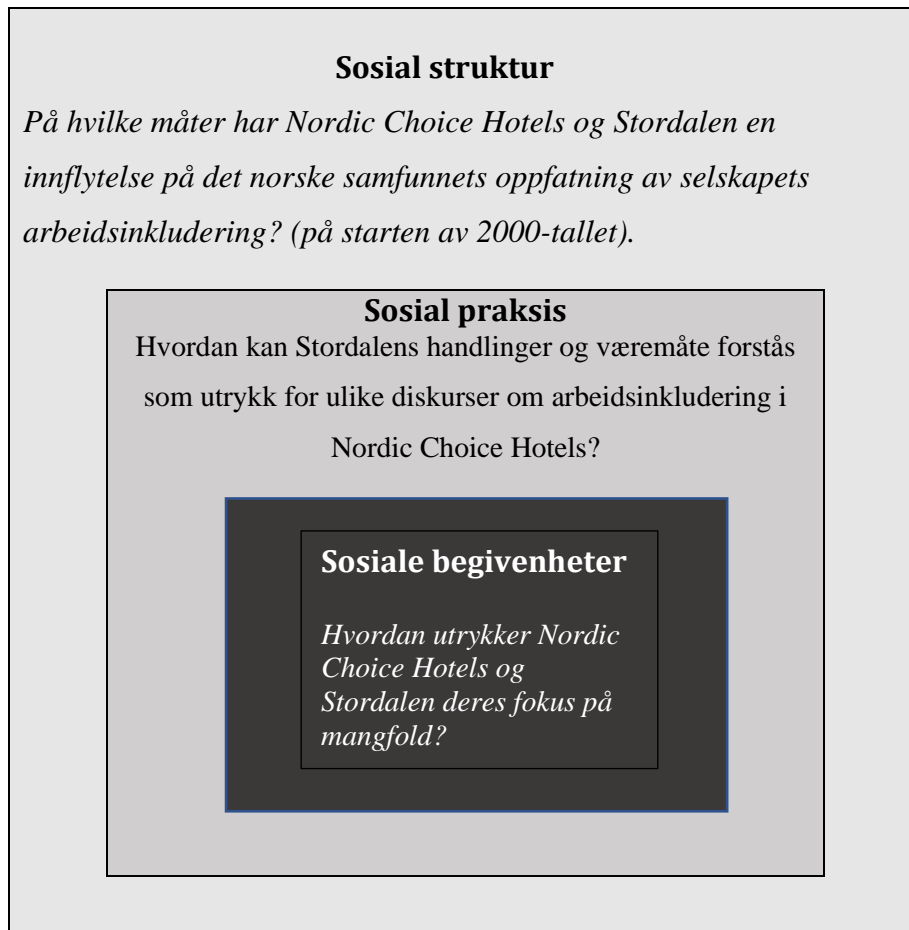
Begrepet diskurs har blitt brukt på ulike måter, men da min kritisk diskursanalyse vil ta utgangspunkt i Fairclough sin tilnærming er det også han sine karakteristikk jeg vil benytte meg av. Fairclough er professor i «Language and Social Life» i England, og er opptatt av å analysere sosiosemiotikk; språk i bruk. Sosiosemiotikk er opptatt av hva folk bruker semiotiske ressurser til, og sosiale implikasjoner av språkbruk (Abousnougou & Machin, 2011; sitert i Skrede, 2017, s.24). For at en analyse skal kunne regnes som en kritisk diskursanalyse er det ifølge Fairclough tre generelle karakteristikk som bør være til stede.

For det første handler ikke kritisk diskursanalyse ifølge Fairclough kun om å analysere diskurser. Det handler også om å gjøre en analyse av forholdet mellom diskursene og andre sosiale prosesser. Fairclough mener videre at det ikke kun handler om det generelle og abstrakte ved diskurser, og at det må foretas en systematisk analyse av tekster. Siste kjennetegn ved en kritisk diskursanalyse er ifølge Fairclough at det foregår som et normativt prosjekt. Med dette mener han at analysen skal identifisere og kritisere samfunnsforhold som sees som uheldige, for deretter å finne mulige veier for å bøte på problemene (Skrede, 2017, s. 23). Med andre ord er relasjonen mellom ulike organisasjoner, institusjoner og samfunnsmessige struktur en viktig del av kritisk diskursanalyse, samt de semiotiske praksisene disse er relatert til. Disse momentene vil være sentrale for min analyse og drøfting. For å tydeliggjøre dette vil jeg systematisere analysen, hvor det Fairclough referer til som sosiale prosesser, eller sosial kontekst, vil komme frem i første del av analysen, før jeg deretter presenterer diskursene i andre analysedel. Hva som inngår i den sosiale konteksten og fremgangsmåten for å gjennomføre denne, vil jeg presentere nedenfor.

Den tredimensjonale modellen

Fairclough sin tilnærming til kritisk diskursanalyse har blitt utviklet over flere år. Jeg vil nå legge frem modellen som har vært gjeldende siden 2003, og som presenteres i boken *Analysing discourse- textual analysis for social research*.

Ifølge Fairclough (2003) er diskurser på et mellomnivå, et medierende nivå mellom teksten i seg selv og dens sosiale kontekst. Den sosiale konteksten deler Fairclough opp i sosiale begivenheter, sosial praksis og sosial struktur (Fairclough, 2003, s. 37), og det er denne tredelingen av sosial kontekst som skiller Fairclough sin tilnærming til kritisk diskursanalyse fra andre tilnærminger. Modellen illustreres i figur 3 nedenfor. Fairclough (2003) er opptatt av forholdet mellom sosiale begivenheter, sosiale praksiser og sosiale strukturer, og at sammenhengen mellom disse er relevante i en kritisk diskursanalyse. Han mener at man kan tenke på en sosial struktur som noe som definerer et sett av potensielle og muligheter, men at forholdet mellom hva som er strukturelt mulig og hva som faktisk skjer, mellom strukturene og begivenhetene, er et komplekst forhold. Deres forhold er ifølge Fairclough (2003) videre mediert av sosial praksis. Sosial praksis kan forstås som måter å kontrollere et sett av strukturelle muligheter på, samt ekskluderingen av andre. Det handler også om opprettholdelsen av disse over tid, i bestemte områder i det sosiale liv (Fairclough, 2003, s. 23-24). Jeg vil nedenfor gå nærmere inn på den tredimensjonale modellen, og legge frem hvordan jeg har tolket denne i min oppgave.



Figur 3: Fremstilling av Faircloughs modell av kritisk diskursanalyse. Jeg har satt inn oppgavens forskningsspørsmål for å visualisere hvordan jeg har brukt modellen.

3.3.1 Sosiale begivenheter

Sosiale begivenheter er det nederste og første nivået i Fairclough sin tredimensjonale modell, og tekster er ifølge Fairclough (2003) en del av sosiale begivenheter. Grunnen til dette er ifølge Fairclough at det å snakke eller skrive er en måte mennesker kan handle og samhandle på innen sosiale begivenheter. Men ifølge Fairclough kan det ikke begrenses til tekster da noen sosiale begivenheter har tekstlig karakter, mens andre ikke har det. Han trekker frem en fotballkamp som ett eksempel, hvor det språklige har et relativt margint element og det er de ikke-språklige som er den essensielle begivenheten. På denne måten kan ikke sosiale begivenheter ifølge Fairclough (2003) kun reduseres til tekster (Fairclough, 2003, s. 21).

Fairclough (2003) mener videre at vi kan skille mellom to typer makt som former tekster. På den ene siden er det sosiale strukturer og sosiale praksiser, og på den andre siden er det sosiale agenter, nemlig menneskene som er involvert i de sosiale begivenhetene. Sosiale agenter er ifølge Fairclough (2003) ikke «frie» agenter. Med dette mener Fairclough at de er sosialt begrenset, men at deres handlinger ikke vil være sosialt bestemt. Både sosiale strukturer og sosial praksis har en makt over de sosiale begivenhetene, men agentene har en egen makt som ikke kan reduseres til makten fra de sosiale strukturene og den sosiale praksisen (Fairclough, 2003, s. 22). For å illustrere dette i praksis trekker Fairclough frem igjen fotball som ett eksempel, der en manager snakker om kulturen til mennesker i hans fødeby, Liverpool. Fairclough (2003) ser på den semantiske relasjonen i hvordan han uttrykker seg når han snakker om temaet, og legger frem at det er manageren gjennom sitt ordvalg som teksturerer de bestemte uttrykkene. På denne måten er manageren en sosial agent om sitter på en form for makt (Fairclough, 2003, s. 22-23).

I min oppgave har jeg valgt å forstå sosiale begivenheter som hvordan Nordic Choice Hotels, og Stordalen som sosial agent, uttrykker deres fokus på mangfold i arbeidslivet. Jeg vil se på hvordan deres begrepsbruk og argumentasjon har ført til endringer i de sosiale praksisene om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. Dette vil jeg komme nærmere tilbake til i analysen.

3.3.2 Sosial praksis

Mellom de sosiale strukturene og de faktiske begivenhetene finner vi sosial praksis. Tidligere omtalte Fairclough dette som diskursiv praksis, men med tanken om at all praksis er sosial var det for Fairclough nødvendig å endre begrepsbruken. Poenget med sosiale praksiser er ifølge perspektivet til Fairclough (2003) at de gir uttrykk for diskurser (derav språket) sammen med andre sosiale elementer. Fairclough (2003) trekker frem klasseromsundervisning som et eksempel. Klasseromsundervisning artikulere ifølge Fairclough (2003) bestemte måter å bruke språket med sosiale relasjoner i klasserommet, strukturen og bruken av klasserommet som et fysisk rom osv. Sosiale begivenheter er ifølge Fairclough (2003) formet av sosiale praksiser. Sosiale praksiser definerer bestemte måter å handle på, og selv om faktiske begivenheter kan i mer eller mindre grad avvike fra bestemte definisjoner og forventinger, er de fremdeles delvis bestemt av dem.

Man kan ifølge Fairclough (2003) si at diskurser kommer frem på tre hovedmåter i sosiale praksiser, dette er sjanger som handler om måter å handle og kommunisere på, diskurser som er måter å representere på, og stiler som er måter å være på (Fairclough, 2003, s. 25-26).

Sjanger (eller genre som det også omtales som) handler om måter å kommunisere på, så når man analyserer en tekst eller en samhandling spør man hvordan den fremtrer innad og bidrar til sosial handling og samhandling i sosiale begivenheter (Fairclough, 2003, s. 68-69).

Det andre punktet i sosial praksis er selve diskursbegrepet. Fairclough (2003) ser diskurser som måter å fremstille aspekter av verden- selve prosessen, relasjoner og strukturer av den materielle verden og mentale verden i form av blant annet tanker og følelser, samt den sosiale verden. Bestemte aspekter av verden kan bli representert forskjellig, og det er derfor viktig å vurdere forholdet mellom ulike diskurser. Forholdet mellom forskjellige diskurser er et element av forholdet mellom forskjellige mennesker- de kan utfylle hverandre, konkurrere med hverandre, eller dominere over hverandre (Fairclough, 2003, s. 124). I min analyse vil jeg redegjøre for mangfoldsdiskursen, den samfunnsorienterte diskursen og den bedriftsøkonomiske diskursen.

Siste elementet av en sosial praksis kaller Fairclough stiler. Dette er ulike måter å være på- identiteter. Menneskers identitet er delvis et spørsmål om hvordan du snakker, hvordan du skriver, hvordan du ser ut, hvordan du holder deg selv, hvordan du beveger deg osv.

Stiler er derfor koblet til identifikasjon- hvordan mennesker identifiserer seg selv og hvordan de er identifisert av andre (Fairclough, 2003, s. 159). Stiler realiseres i mange språklige funksjoner. Det kan for det første være fonologiske trekk som uttalelse, intonasjon, stress og rytme. For det andre kan det være gjennom ordforråd og metaforer. Stiler omhandler også samspillet mellom språk og kroppsspråk. Hvorvidt man skal inkludere faktorer som dette i en diskurs er omstridt. Kroppsspråk er basert på kroppens fysiske materialitet, men samtidig er det tydelig «semiotisert» i den forstand at det kan ha en relativt stabil betydning (Fairclough, 2003, s. 162).

I min oppgave vil jeg knytte de tre formene for sosial praksis; sjanger, diskurser og stiler opp mot Stordalen, og analysere hvordan hans måte å handle og være på kan forstås som ulike uttrykk for diskurser om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels.

Målet er som sagt å vise hvordan det er en sammenheng mellom Faircloughs tre dimensjoner av kritisk diskursanalyse, og i dette tilfelle vil jeg drøfte hvordan disse sosiale praksisene er med på å forme hvordan Nordic Choice Hotels og Stordalen uttrykker deres fokus på mangfold. Med en redegjørelse av dette vil jeg i analysen drøfte og svare på andre forskningsspørsmål i oppgaven: *Hvordan kan Stordalens handlinger og væremåte forstås som uttrykk for diskursene om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels?*

3.3.3 Sosial struktur

Begrepet sosial struktur var tidligere referert til som sosial praksis, men da dette kunne oppfattes som noe som foregikk på mikronivå var det viktig for Fairclough å vise at dette beskriver de samfunnsmessige makroforholdene. Sosiale strukturer handler om de ulike forholdene som kan påvirke ulike fenomener i verden- som språket eller maktforhold (Skrede, 2017, s. 32). Fairclough legger frem at man kan tenke på sosial struktur som noe som definerer et potensial, et sett av muligheter, og som ekskluderer andre. Språket kan ifølge Fairclough (2003) bli betraktet som en av de mest abstrakte sosiale strukturene (Fairclough, 2003, s. 23-24).

Forholdet mellom språk og sosial makt er derfor et håndfast tema i kritisk diskursanalyse. Makt er sentralt for å forstå dynamikken og det spesifikke ved kontroll i det moderne samfunnet, men makten er hovedsakelig usynlig. Makt handler om ulikheter, og spesielt effektene av ulikhetene i den sosiale strukturen. Dette ved at språk uttrykker makt. Ikke ved at makten nødvendigvis stammer fra språket, men at språket kan brukes til å utfordre makten og for å endre maktforhold (Wodak & Meyer, 2009, s. 10). Jeg har som lagt frem i teorikapitlet valgt å benytte meg av Foucault sin definisjon av makt. Denne vil også ligge til grunn for den sosiale strukturen i min analyse. Min tolkning av sosial struktur vil dermed være å redegjøre for: *På hvilke måter har Nordic Choice Hotels og Stordalen en innflytelse på det norske samfunnets oppfatning av selskapets arbeidsinkludering?*

3.4 Oppsummering og anvendelse av teori

I dette kapitlet har jeg benyttet meg av teori fra Foucault, Goffman og Fairclough. Alle tre teoretikerne vil være sentrale i min analyse av arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. Foucault har som tidligere nevnt vært en stor inspirasjon for utviklingen av diskursanalyse, samtidig som hans forståelse av makt vil være svært sentral i min analyse.

Goffman og hans «dramaturgiske metafor» på samfunnet utfyller også min analyse. Dette som en forlengelse til Foucault og Fairclough, hvor Goffman i denne oppgaven blir spesielt trukket opp til Faircloughs andre nivå i en diskursanalyse. På denne måten vil jeg vise til hvordan relasjonen mellom ulike fenomener er essensielt i en diskursanalyse.

Goffman skiller mellom fasade-området, som handler om hvordan en persons opptreden foregår på en generell og fastlagt måte, og bakside-området som er et sted hvor den opptredende kan gi ett inntrykk som ikke samsvarer med inntrykket som blir gitt i fasade-området. Det er interessant å se hvorvidt det er samspill mellom det Nordic Choice Hotels og Stordalen formidler i fasade-området og det som foregår i bakside-området, og om dette vil synliggjøres i diskursene.

Som siste, men som hovedpunkt i dette kapitlet har jeg redegjort for Fairclough og hans versjon av kritisk diskursanalyse. Faircloughs tredimensjonale modell, bestående av sosial begivenhet, sosial praksis og sosial struktur vil fungere som både det overordnede teoretiske og metodiske rammeverket i oppgaven.

4. METODE

I analysen vil jeg som tidligere nevnt undersøke hvordan arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels fremstilles i ulike medier, og jeg vil med dette undersøke hvilke diskurser som kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering. Dette vil senere trekkes opp mot oppgaven som helhet, og jeg vil drøfte hvordan disse diskursene kan forstås i relasjon til framtrede kritikk av hotellkjeden i norsk sammenheng.

Jørgensen og Phillips (1999) skiller mellom tre perspektiver på diskursanalyse. Dette er diskursteorier, kritisk diskursanalyse og diskurspsykologi (Johannessen, Tufte & Christoffersen, 2011, s. 222). Jeg har som nevnt valgt kritisk diskursanalyse, som er opptatt av hvordan diskurser skaper den forståelsen vi har av den sosiale verden (Johannessen et al., 2011, s. 223). Innen dette har jeg valgt en abduktiv tilnærming. Det som kjennetegner en abduktiv tilnærming er at den starter fra empirien, men både teorier og perspektiver spiller inn både i forkant og i løpet av forskningsprosessen (Tjora, 2018, s. 14). Med andre ord vil dette si at jeg beveger meg fra empiri til teori (induktivt), og fra teori til empiri (deduktivt).

Som tidligere nevnt er Faircloughs kritiske diskursanalyse både ansett som teoretisk og metodisk rammeverk i denne oppgaven. Dette redegjorde jeg for i forrige kapittel, og vil med dette kapitlet vise hvordan mine metodiske valg egner seg for å svare på min problemstilling og mine forskningsspørsmål. Som en del av dette vil jeg beskrive fremgangsmåten og datamaterialet i oppgaven, samt legge frem en presentasjon av analyseoppsettet før jeg avslutter med en kritisk drøfting av metodevalg og egen subjektposisjon i forskningen.

Før jeg går over på fremgangsmåte vil jeg nevne at jeg bruker ordet *hen* i flere tilfeller i oppgaven, dette er et bevisst valg fordi jeg ikke ønsker å knytte kjønnslige karakteristikk til det omtalte, ved å bruke han eller hun. Jeg bruker også begrepet arbeidsgiver ved flere tilfeller. For å klargjøre dette begrepet kan dette vise til både en person eller en virksomhet som sysselsetter arbeidstakere (Jakhelln & Gisle, 2018). I min oppgave kan det også, i henhold til konteksten, vise til begge deler.

4.1 Fremgangsmåte

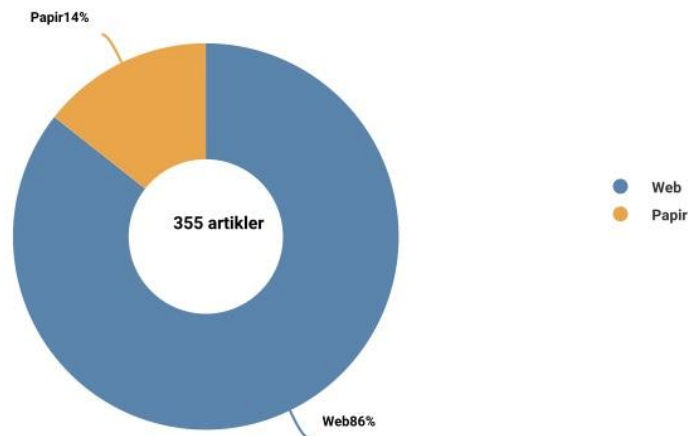
Jeg var mye frem og tilbake på valg av metode, og hadde i utgangspunktet tenkt å benytte meg av kvalitative intervjuer. Etter å ha fått godkjent forskningstillatelse fra NSD og fullført ett intervju bestemte jeg meg for å endre det metodiske rammeverket. Intervjuet er derfor ikke brukt i oppgaven. Jeg ønsker å belyse og forstå et samfunnsaktuelt tema, og innså at en kritisk diskursanalyse ville være en spennende måte å gjøre dette på. Det mest foretrukne i en kritisk diskursanalyse er å benytte seg av eksisterende naturlig data. Med dette menes at forskeren bruker eksisterende kilder til analysen, istedenfor å fremkalle datamaterialet selv.

Datainnsamlingen er heller ikke en spesifikk fase som utføres etter analysen begynner. Det er en pågående prosess hvor konsepter blir utvidet til kategorier, og hvor nye spørsmål skaper behov for nye data (Wodak & Meyer, 2009, s. 27-28). Jeg startet med dette med å utforske ulike søk på blant annet «arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels» og «Petter Stordalen om arbeidsinkludering» i Retriever Atekst. Dette ga en bred dekning i ulike kildekategorier. Nordic Choice Hotels sitt fokus på arbeidsinkludering blir fremstilt på flere arenaer, både i lokale og nasjonale aviser, og ikke minst på ulike sosiale medier. Etter en omfattende tankeprosess innså jeg at jeg ville starte med utgangspunkt i pressemeldinger, for så å la det være en pågående prosess hvor datamaterialet utviklet seg i takt med analysen. Denne fremgangsmåten ga meg en viss bredde i datamaterialet, noe jeg anser som berikende for å få et grep om diskursene som føres om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels.

4.2 Utvalg av materiale

Pressemeldinger

Pressemeldingene jeg har benyttet meg av er fra mynewsdesk.com. Mynewsdesk er en digital PR-løsning som ble grunnlagt i 2003. Virksomheter kan via denne plattformen øke sin eksponering ved å dele innhold på deres egne premisser (Mynewsdesk, 2019). Nordic Choice Hotels bruker plattformen aktivt for å distribuere sine pressemeldinger. Diagrammet nedenfor er hentet fra Atekst retriever analyse og viser dekning per medietype de siste tre årene. Som lagt frem innledningsvis har Stordalen hatt en bred dekning i media de siste tre årene, det samme gjelder også Nordic Choice som helhet. Tabellen nedenfor er hentet med søkeordene *Nordic Choice (kultur or mangfold)*. Med flest treff på 48 stykker ligger Mynewsdesk, noe som gjør akkurat denne plattformen til et interessant analysemateriale.



Figur 4: Dekning pr. Nordic Choice (kultur og mangfold) i web og papir

Fremgangsmåten for å finne aktuelle pressemeldinger har bestått av flere ledd. Først valgte jeg å benytte meg av pressemeldinger som ligger tilgjengelige på Nordic Choice sin hjemmeside. Inne på deres pressemeldinger kan man velge mellom pressemeldinger som er relatert til Clarion, Quality, Comfort, Mat, Mennesker, Petter Stordalen og Samfunnsansvar. I stedet for å ta utgangspunkt i pressemeldinger fra en bestemt kategori valgte jeg å benytte meg av bestemte søkeord. Både Nordic Choice Hotels som helhet og Stordalen har en konsekvent begrepsbruk når de omtaler arbeidsinkludering. Deres hovedfokus innen dette temaet ser som tidligere nevnt ut til å være rettet mot begrepene kultur og mangfold. Det ble derfor tydelig at det er disse begrepene jeg skulle benytte meg av for å finne frem til diskursene som føres om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. Innen de valgte årene ga søkeordet «kultur» 28 treff i Nordic Choice Hotels sine pressemeldinger, mens søkeordet «mangfold» ga 20 treff. Noen av pressemeldingene var de samme med søkeordene kultur og mangfold, så etter en gjennomgang ga dette meg ett analysemateriale på 36 pressemeldinger totalt. Disse pressemeldingene har ett tidsspenn fra 2013-2019. For å finne relevante ord, uttrykk og begreper i disse pressemeldingene har jeg gjennomført en koding. Etter å printet ut alle pressemeldingene og gjennomført en nøye gjennomgang har jeg undersøkt hvilke ord, uttrykk og begreper som er gjentakende. Dette ble gjort ved å dele det opp i ulike interessante kategorier og gi disse ulike fargekoder.

Pressemeldingene gir uttrykk for hvordan Choice-kjeden ønsker å fremstå, og fungerer som et verktøy hvor kjeden kan presentere en bestemt identitet.

Med dette kan jeg undersøke diskursene som kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering.

Intervjuer og foredrag av Stordalen

I tillegg til de trykte pressemeldingene har jeg valgt å inkludere ulike intervjuer og foredrag av Stordalen. Foredragene jeg har valgt å inkludere er fra NHOs årskonferanse i 2018 og 2019. En av grunnene til at jeg valgte foredraget fra 2018 er at det fanget min interesse når jeg først hørte det i 2018. Jeg opplever Stordalens måte å formulere seg, samt snakke på, som interessant. Begge foredragene er gjort offentlig og er tilgjengelige via Youtube, hvor jeg også har hentet dem fra. Foredraget fra 2018 er per oktober 2019 sett 25 000 ganger, mens foredraget fra 2019 er per februar 2020 sett 1 600 ganger. Det kan med dette tenkes at Stordalen sine foredrag på NHOs årskonferanse når ut til et stort antall mennesker. I tillegg sitter et stort utvalg av Norges næringsliv i salen. Dette anser jeg derfor som et relevant materiale for å undersøke diskursene som føres. Jeg har også inkludert et intervju med Stordalen i Dagens Næringsliv som tar for seg hans posisjon i dagens situasjon med COVID-19.

Annet aktuelt datamateriale

I tillegg til overnevnte ble også annet relevant datamateriale inkludert gjennom analyseprosessen. Jeg har valgt å inkludere et instagram innlegg fra Emilie Stordalen, som tar for seg Nordic Choice Hotels samarbeid med Pride-festivalen. Dette er ett innlegg som i etterkant ble mye omtalt i medier, og som gir uttrykk for hvordan Choice-kjeden forholder seg til mangfold som endel av arbeidsinkludering. Det er også hentet noen utdrag fra Stordalens biografi «Jeg skal fortelle deg min hemmelighet». Disse utdragene er med på å danne ett bilde av Stordalens subjektposisjon og hvordan han selv fremstiller arbeidsinkludering.

For å få frem spenninger og ulike synsvinkler på Choice-kjeden og Stordalen sitt fokus på arbeidsinkludering har jeg valgt å benytte meg av kommentarer fra nettsiden Document.no, samt kommentarer fra Facebook siden til Nordic Choice Hotels. Nettsiden Document.no omtaler seg selv på følgende måte «Document.no er et ledende nettsted for uavhengige og agendasettende nyheter, politisk analyse og tankevekkende kommentarer skrevet spesielt for den nye generasjonen av selvstendige og konservative tenkere» (Document.no, 2020). Nettsiden ble lansert av redaktør Hans Rustad i januar 2003.

Det er ifølge deres egen nettside et av de raskest voksende alternative nyhetsmedier i Norge, og har per februar 2020 over 300.000 månedlige lesere (Document.no, 2020). Deres store oppslutning gjør det til et interessant kildemateriale for å forstå spenninger om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. I tillegg til overnevnte består datamaterialet av ulike relevante avisartikler som omtaler Nordic Choice Hotels sitt fokus på arbeidsinkludering.

Representativiteten i mitt utvalg

Et vanlig metodisk spørsmål i en diskursanalyse er hva slags kriterier forskeren skal ta stilling til når det gjelder valg av tekster til analyse. Den amerikanske statsviteren Ted Hopf har lagt frem ett svar på dette. Han argumenterer for at diskurser burde studeres gjennom mangfold. Med dette mener han at utvalget burde innebære så mange tekster som mulig, og at disse burde være så nær grasrota som mulig (Bratberg, 2014, s. 55).

Datamaterialet i denne oppgaven er spesifisert mot Stordalen og arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels, men har en bredde som gjør det mulig å undersøke de mest fremtredende diskursene som føres, både fra Choice-kjeden selv og i offentligheten. Representativiteten i utvalget kunne vært styrket ved å inkludere egne intervjuer som en del av utvalget. Dette kunne vært med på å underbygge, eller avvise, diskursene som er funnet. På den andre siden vil jeg hevde at mangfoldet av tekster i oppgaven styrker representativitet.

En utfordring når det gjelder representativiteten i utvalget er knyttet til kommentarene fra Document.no, og kommentarene fra Facebook siden til Nordic Choice Hotels. Her vil jeg tilføye at jeg er bevisst over hvem som skriver innleggende og hvilke innlegg som blir publisert. Det er grunn til å tro at de som kommenterer, spesielt på Document.no, har noe kontroversielle meninger og at det ikke er representativt for befolkningen som helhet. Til tross for dette har utvalget vist at meningene som er trukket frem deles av flere mennesker, og dette viser til interessante holdninger og meninger om temaet.

Med dette datamateriale tok jeg utgangspunkt i følgende spørsmål:

- Hvilke representasjoner av arbeidsinkludering fremstilles i dette utvalget?
- Hva slags tankesett er det som fremmes?
- Hva slags samfunnsmessige konsekvenser kan fremstillingene få?
- Hvilke diskurser om arbeidsinkludering kan avgrenses på bakgrunn av dette?

- Hvilke relevante diskurser er usynlige i tekstene?

4.3 Presentasjon av analyseoppsettet

	Hovedmomenter	Datagrunnlag	Forskningsspørsmål
Sosiale begivenheter	Identifisere den sosiale agent og dens makt, samt begivenheten som kan bestå av både tekstlig og ikke-tekstlig karakter	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pressemeldinger 2. Innlegg på instagram av Emilie Stordalen 3. Stordalens biografi 4. Nordic Choice Hotels nettside 	Hvordan fremstiller Nordic Choice Hotels og Stordalen kjedens fokus på mangfold?
Sosial praksis	Identifisere sjanger, diskurs og stiler	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stordalens biografi 2. Personlige observasjoner på ulike plattformer 	Hvordan kan Stordalens handlinger og væremåte forstås som uttrykk for ulike diskurser om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels?
Sosial struktur	Identifisere maktforhold og hvordan den sosiale strukturen er styrende for både praksisen og begivenheten	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stordalens taler på NHOs årskonferanser 2. Medieomfang 3. Nordic Choice Hotels nettside 	På hvilke måter har Nordic Choice Hotels og Stordalen en innflytelse på det norske samfunnets oppfatning av selskapets arbeidsinkludering? (på starten av 2000-tallet).

Figur 5: Presentasjon av analyseoppsett

Med utgangspunkt i Faircloughs tredimensjonale modell har jeg utviklet tre forskningsspørsmål. Tabellen viser en oversikt over hovedmomentene i Faircloughs modell og datagrunnlaget jeg har benyttet meg av for å svare på forskningsspørsmålene. På Faircloughs første nivå, sosiale begivenheter, vil jeg benytte meg av ulike pressemeldinger, ett innlegg på instagram, Stordalens biografi og nettsiden til Nordic Choice Hotels for å svare på hvordan Choice-kjeden og Stordalen uttrykker deres fokus på mangfold og kultur. På andre nivå, sosial praksis, vil jeg benytte meg av utdrag fra Stordalens biografi, samt personlige observasjoner og analyser av Stordalen for å svare på hvordan Stordalens handlinger og væremåte kan gi uttrykk for diskursene om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels.

Når det kommer til Faircloughs siste nivå, sosiale strukturer, vil jeg benytte meg av Stordalens taler på NHOs årskonferanser, ett diagram som viser medieomfanget til Stordalen og Nordic Choice Hotels nettside, for å undersøke på hvilke måter Nordic Choice Hotels og Stordalen har en innflytelse på det norske samfunnets oppfatning av selskapets arbeidsinkludering. Med dette vil jeg i analysen vise til at det er en sammenheng mellom de tre dimensjonene, og at hver og en av dem er relevante i en kritisk diskursanalyse.

For å presentere en systematisk analyse har jeg valgt å avvente med kritiske vinklinger og diskusjonen som føres «utenfor» Choice-kjeden til drøftingskapitlet. Jeg var mye frem og tilbake på om jeg skulle presentere en alternativ diskurs i analyse kapitlet, men kom frem til at dette kapitlet skulle vies til anvendelse av Faircloughs tredimensjonale modell, etterfulgt av diskursene som kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels *sin* fremstilling. Drøftelsen vil videre ta for seg hvordan disse diskursene kan forstås i relasjon til fremtredende kritikk av hotellkjeden i norsk sammenheng. På denne måten vil drøftelsen være en god videreføring av analysekapitlet, og ett passende kapittel for å trekke de analytiske funnene opp til oppgaven som helhet.

4.4 Kritisk drøfting av metodevalg

Jeg vil nedenfor legge frem en kritisk drøfting av mine metodevalg. Her vil jeg ta for meg oppgavens etiske vurdering, gyldighet og pålitelighet, samt styrker og svakheter.

4.4.1 Etiske vurderinger

Da mitt datamateriale i stor grad grunner i medier, ser jeg det relevant å nevne at jeg er bevisst på makten som ligger i denne plattformen. Det blir sagt at vi lever i en mediekultur, og med dette menes at mediene følger og påvirker oss gjennom hele dagen. Medienes tekster formidler oss kunnskap, gir oss underholdning, påvirker våre holdninger og utøver en makt i samfunnet. Analyser av mediens tekster kan hovedsakelig gjøres enten kvalitativt eller kvantitativt, avhengig av innholdet som skal analyseres og mengden tekstmateriale.

Tekstanalyse benytter seg av kvalitative tilnæringsmåter, og søker å finne ut av både hva tekster sier og hvordan den sier noe. På denne måten er en tekstanalyse fortolkende, hvor den ønsker å avdekke den mer skjulte betydningen i teksten (Østbye et al., 2013, s. 61-63). Det er også viktig å være bevisst på hvilke medietekstene er formidlet gjennom.

Mediet påvirker tekstene, og en refleksjon over mediets egenart er betydningsfullt i en tekstanalyse (Østbye et al., 2013, s. 67). Nyhetsjournalistikken, som jeg har benyttet meg av, bestemmer hvilke saker som fremheves i samfunnet. Dette er saker samfunnets borgere må forholde seg til, og som man blir påvirket av (Tveiten, 2009, s. 40). På denne måten handler dette om hvilken rolle nyhetsmediene har for å sette den offisielle dagsorden og derav hvilken makt det ligger i å bestemme innholdet og formen i nyhetssakene, som samfunnets borgere må forholde seg til. Denne makten gir mediene definisjonsmakt (Tveiten, 2009, s. 172). Jeg har i min oppgave vært bevisst på makten som ligger hos de ulike mediene jeg har benyttet meg av.

Jeg vil også nevne at jeg har gjort en etisk vurdering når det kommer til anonymisering i analysen og drøftingen. Når jeg benytter meg av kommentarer fra nettsiden til Document.no, samt kommentarer fra Facebook siden til Nordic Choice Hotels, vil jeg anonymisere hvem som har skrevet det og kun henviser til nettside og årstall. En fullstendig referanse til nøyaktig artikkel finnes i litteraturlisten.

4.4.2 Gyldighet og pålitelighet

Innen kvalitativ forskning knyttes begrepene validitet og reliabilitet til forskningskvalitet (Ryen, 2017, s. 176), og Lincoln og Guba (1985) viser til at det sentrale rundt validitet og reliabilitet handler om tilliten til forskningen (Ryen, 2017, s. 177). Når det gjelder diskursanalyse er ikke nødvendigvis operasjonaliseringen veldig klar, og kausalforholdene er ikke nødvendigvis så avgrensede og entydige. Dette betyr at det er vanskelig å dømme funnene etter veldig strenge validitet- og reliabilitetskrav (Bratberg, 2014, s. 54). Jeg vil nedenfor gjøre rede for hvordan jeg likevel har prøvd å styrke validiteten og reliabiliteten i min studie.

Validitet

Validitet betyr gyldighet, og handler om at man måler det som faktisk skal måles (Ringdal, 2018, s. 103), og om dataen og analysens relevans i forhold til problemstillingen (Østbye et al., 2013, s. 26). Ifølge Østbye m.fl. (2013) handler definisjonsmessig validitet om «hvor godt vi greier å fange opp de begrepene vi har på det teoretiske nivået i vår innsamling og analyse av empiriske data» (Østbye et al., 2013, s. 27). Jeg har i min oppgave valgt å bruke Faircloughs tilnærming til kritisk diskursanalyse som både teoretisk og metodisk rammeverk for oppgaven, og vil med dette ha denne som en rød tråd gjennom oppgaven.

På denne måten vil begrepene på det teoretiske nivået i stor grad trekkes opp igjen i analysen av datamaterialet, og jeg vil forhåpentligvis presentere en oppgave med høy grad av validitet.

Reliabilitet

Reliabilitet betyr pålitelighet, og handler om nøyaktigheten av datamateriale, måten den samles inn på, og hvordan den bearbeides (Johannessen et al., 2011, s. 40). Materialet jeg har valgt å analysere er bredt, men det kan ikke si noe om hele den sosiale virkeligheten, og det er en mulighet for at en annen forsker hadde valgt et annet datamateriale og kommet med andre konklusjoner. Dette er en vanlig kritikk mot diskursanalyse, at det eksisterer en mulighet for at andre tolkninger eller konklusjoner kunne blitt trukket om en annen forsker hadde utført den samme undersøkelsen (Skrede, 2017, s. 88). I mitt tilfelle kan undersøkelsen være formet av en subjektiv forskerrolle. Det vil si at prosessen og tolkningene som blir trukket kan være påvirket av mine forkunnskaper og forventninger. Jeg har vært fascinert av Stordalen og Nordic Choice Hotels engasjement for arbeidsinkludering fra før jeg startet å skrive masteroppgaven. Jeg har vært nysgjerrig, men også hatt en oppfatning av at deres arbeid har vært viktig, og fungert som et positivt bidrag til å løse et samfunnsproblem. Dette kan bety at mine personlige meninger kan ha farget mine synspunkter om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels, og at hvis noen andre hadde utført denne undersøkelsen så hadde ikke nødvendigvis samme tolkning, eller konklusjon bli trukket. Jeg gå nærmere inn på min subjektposisjon nedenfor. Selv om dette er en vanlig kritikk mot kritisk diskursanalyse, viser mange motargumenter til at samfunnsforskning aldri vil kunne være helt objektivt, og at selv om det påvirkes av en subjektivitet kan det skape en verdiladet forskning (Skrede, 2017, s. 88).

Avslutningsvis når jeg gjelder validitet og reliabilitet vil jeg kort trekke frem noen styrker og svakheter ved undersøkelsen. En svakhet ved undersøkelsen er at jeg kunne supplert forskningen med intervjuer. Dette kunne bidratt til å støtte oppunder konklusjonene som har blitt trukket, eller vist til andre relevante funn. Jeg utførte ett intervju, men på bakgrunn av oppgavens ressurser, spesielt i form av tid, ble dette valgt bort. Dette er heller ikke brukt i oppgaven. Jeg har på den andre siden forsøkt å få til et intervju med Stordalen underveis i prosessen. Jeg fikk svar på mail, men beklageligvis kunne han ikke stille opp på dette.

Som nevnt innledningsvis i metode kapittelet har jeg valgt en abduktiv tilnærming hvor teorier og perspektiver spiller inn i både forkant og i løpet av forskningsprosessen (Tjora, 2018, s. 14). Jeg har med andre ord beveget meg fra empiri til teori, og fra teori til empiri. For å styrke troverdigheten i min oppgave har jeg brukt data som er tilgjengelig for alle på nettet. Dette gjør det derfor lett for andre å finne tilbake til datamaterialet, og gir mulighet for andre forskere å utføre samme studie.

Jeg anser det også som en styrke at jeg har et bredt utvalg av datamateriale. Dette har vært et metodisk valg som har egnet seg for å svare på min problemstilling og mine forskningsspørsmål.

4.5 Egen subjektposisjon

Jeg mener det er viktig å være bevisst på egen situering i en forskningsprosess. Som Cecilie B. Neumann og Iver B. Neumann (2012) legger frem betyr begrepet situere å plassere, og i samfunnsvitenskapen knyttes dette til hvordan man plasserer seg selv i forskningen (Neumann & Neumann, 2012, s. 17). Dette handler ikke kun om å situere seg selv i en konkret feltsituasjon, men å forstå at man er situert av både sin fortid og fremtid. Med dette menes at forskeren har med sin egen sosiale plassering, som blant annet bakgrunn, kjønn og livssyn, inn i forskningen. Dette vil være relevant for hva man studerer, og hvordan man studerer det. Dette fører oss til begrepet selvbiografisk situering, som betyr refleksjon over egne bakgrunns erfaringer og egen sosial posisjon (Neumann & Neumann, 2012, s. 18).

Som nevnt innledningsvis i oppgaven kan jeg relatere meg til noe av bakgrunnshistorien til Stordalen. Jeg er selv oppvokst i en generasjonsbutikk som har vært i familien siden 1920. Her har jeg levd med familie, kunder og ansatte under ett og samme tak. Jeg har bidratt med ulike oppgaver gjennom oppveksten, og vært en del av driften og samholdet siden jeg lærte meg å gå. Dette har hatt stor betydning for at jeg i dag har blitt svært engasjert i det sosiale i arbeidet, og derav arbeidsinkludering.

Samtidig har jeg lenge vært fascinert av Stordalen, og blant annet lest hans selvbiografi en god stund før jeg bestemte meg for å skrive en masteroppgave om dette. Dette har gjort at jeg har måttet reflektere rundt min egen situering, og styrker og eventuelt begrensninger i min tilnærming til forskningen.

Det er mulig at min bakgrunn og sosial posisjon var med på å farge mitt syn av Nordic Choice Hotels og Stordalen i starten av forskningsprosessen. Jeg mener likevel at jeg underveis har blitt mer og mer bevisst på min egen situering, og at funnene i oppgaven er basert på en reflekterende analyse. Det er også interessant hvordan mine formeninger og oppfattelse av Choice-kjeden har forandret seg til at jeg nå har fått ett mer sammensatt blikk. Jeg mener at min bevissthet rundt dette har vært en styrke for oppgaven.

5. EN HARMONISERENDE MANGFOLDSDISKURS

Analysekapitlet er todelt. I første del vil jeg gjøre rede for hvordan jeg har valgt å forstå Faircloughs tredimensjonale modell av kritisk diskursanalyse. Ifølge Fairclough (2003) er diskurser, som tidligere nevnt, på et mellomnivå, et medierende nivå mellom teksten i seg selv og dens sosiale kontekst. Den sosiale konteksten deler Fairclough opp i sosiale begivenheter, sosial praksis og sosial struktur (Fairclough, 2003, s. 37), og det er tolkningen av disse sosiale kontekstene jeg vil ta for meg i første del. Forskningsspørsmålene er utviklet i henhold til de ulike nivåene, og presenterer systematisk. Dette legger grunnlaget for andre del av analysen, hvor jeg vil vise til hvilke ulike diskurser som kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering. De analytiske funnene er sentrale for følgende drøftingskapittelet. Her vil det presenterer kritiske vinklinger, samt en drøftelse av hvordan diskursene kan forstås i relasjon til framtrede kritikk av hotellkjeden i norsk sammenheng.

5.1 Tolkning og anvendelse av Faircloughs tredimensjonale modell

5.1.1 Mangfold-fetisjisme

For å svare på mitt første forskningsspørsmål: *Hvordan fremstiller Nordic Choice Hotels og Stordalen kjedens fokus på mangfold?* vil jeg belyse deres formidling av begrepene. Som lagt frem tidligere i oppgaven er sosiale begivenheter det nederste og første nivået i den tredimensjonale modellen, og kan ifølge Fairclough (2003) ikke reduseres til å analysere kun tekstene, men kan i grove trekk inkludere både former for aktiviteter, personer, sosiale relasjoner, objekter, steder og språk (Fairclough, 2003, s. 135-136). Videre hevder Fairclough at sosiale agenter, menneskene som er involvert i den sosiale begivenheten, er en viktig del av begivenheten, da disse har en makt og er med på å forme «tekstene» (Fairclough, 2003, s. 22). Det vil si at det Fairclough omtaler som sosial begivenhet handler om å analysere tekstene som en del av en sosial begivenhet, og at man på denne måten kan forstå forholdet mellom diskursene og andre sosiale prosesser. Jeg har valgt å tolke sosial begivenhet som hvordan Nordic Choice Hotels, og Stordalen som sosial agent, fremstiller kjedens fokus på mangfold i arbeidslivet. Jeg vil se på hvordan deres begrepsbruk og argumentasjon kan ha bidratt til endringer i de sosiale praksisene om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels.

I analysen av pressemeldingene oppdaget jeg at begrepene mangfold og kultur var veldig gjentakende. Dette kom egentlig ikke som en veldig stor overraskelse da jeg fra tidligere har

observert at dette er begreper som Choice kjeden og Stordalen uttrykker på flere arenaer og plattformer når de omtaler eget fokus på arbeidsinkludering. Kultur og mangfold ser ut til å være deres «svar» på arbeidsinkludering. Det som er interessant er å undersøke i hvilken kontekst begrepene blir benyttet og derav hvordan diskursene produseres, og hva som produserer diskursene.

I de totalt 36 pressemeldingene² som var grunnlag for analysen ble begrepet kultur brukt 51 ganger, mens begrepet mangfold ble brukt 35 ganger. Pressemeldingene er på en eller to sider, med andre ord ganske korte. Det viser at begrepene blir mye i forhold til lengden på tekstene. Vi ser også at begrepet kultur blir brukt flere ganger enn begrepet mangfold, men det har også vist seg at begrepene ofte blir brukt sammen. «Kultur som bygger på mangfold» viser seg å være en gjentakende setning på de ulike plattformene hvor Choice-kjeden kommuniserer ut sitt fokus på arbeidsinkludering. Dette samme gjelder i Stordalen sine taler og intervjuer. Jeg oppfatter det som et tydelig ønske at begrepene kultur og mangfold skal være en del av Choice-kjeden sin identitet.

Hva slags mangfold og kultur snakker Stordalen og Choice kjeden om? Hva kommuniseres frem, og hva underkommuniseres?

For å få et videre grep om dette vil jeg nedenfor legge frem ulike sitater. De første er hentet fra Stordalen sin bok «Jeg skal fortelle deg min hemmelighet» fra 2015, og gir ett inntrykk av hva Stordalen selv legger i begrepet kultur.

Kultur er et vidt begrep. Jeg deler det i to. Den ene del handler om en motivasjonskultur. Den som gir den ansatte en følelse av å være en del av det vi gjør, den som er med på å gi mening til arbeidet. Den andre formen er en kultur som gir deg et bedre grunnlag for å ta riktige avgjørelser i jobben din (Stordalen, 2015, s. 173).

Her uttrykker Stordalen at kultur for han er et vidt begrep, men at det knyttes til kultur på arbeidsplassen. Han skaper et bilde av at kultur er viktig, både for å skape motivasjon og for å ta riktige avgjørelse på arbeidsplassen.

² Når jeg refererer til pressemeldinger vil jeg kun referere til Nordic Choice Hotels og årstall. Dette gjelder for alle pressemeldinger brukt i analysen og drøftingen. Fullstendig oversikt over pressemeldingene finnes selvsagt i litteraturlisten.

Mange bedriftsledere jeg møter og prater om kultur med, sier ofte at «kulturgreier er vel og bra, men det passer ikke hos oss. Det passer ikke med sånt sirkus her(..) Kultur handler ikke om sirkus. Det handler om menneskelighet. Og menneskelighet bør passe inn i alle selskaper (Stordalen, 2015, s. 173).

Her fortsetter Stordalen med å forklare hva han legger i begrepet kultur, og trekker veksler mellom kultur og menneskelighet. Menneskelighet handler om vennlighet og medfølelse, og han skaper med dette et videre bilde av at kultur for han handler om mer enn å skape en motiverende og velfungerende arbeidsplass. Her er det verdt å stoppe opp og reflektere over hva som egentlig ligger i disse ordene og uttrykkene. Kan man snakke om begrepsfetisjisme? Er det begreper uten forpliktelse, som fungerer som forførende begreper? Eller får man en forståelse for hva som *egentlig* ligger i begrepene? Hvis jeg først tar for meg «kultur på arbeidsplassen» er dette et uttrykk vi hører stadig vekk, men som kan forstås på ulike måter. Bedrifter kan fokusere på å bygge kultur på ulike måter, om det er den kjente lønningspilsen, eller om det er andre sosiale sammenkomster eller tiltak. Stordalen snakker svært ofte om betydningen av kultur, og ser ut til å tilegne begrepet ulike positive verdier. Selv om Stordalen uttaler seg om begrepet i gjentatte tilfeller, er det på den andre siden ikke nødvendigvis enkelt å forstå hva som ligger på under overflaten. Det er ikke like enkelt å få et grep om hvordan kultur skapes i praksis i Nordic Choice Hotels. Det samme kan se ut til å gjelde i det andre sitatet fra Stordalen. Hva legger Stordalen i begrepet menneskeligheten, og hvordan gjenspeiles dette i kjeden? Dette kommer ikke like tydelig frem. Med utgangspunkt i hvordan begrepene brukes, og settes sammen, er det grunn til å tro at dette kan virke forførende, og at det på denne måten kan være snakk om en form for begrepsfetisjisme.

Videre uttrykker både Stordalen og Nordic Choice som kjede ofte sitatet «kultur som bygger på mangfold». Hva legger de så i begrepet mangfold? Både i de ulike pressemeldingene³, på nettsiden deres, på ulike foredrag samt sosial medier kommer det tydelig frem at Choice kjeden skal stå frem som en kjede som har «rom for alle».

³ Jeg vil videre i analyse og drøftingskapittel henviser til flere uttalelser fra pressemeldinger. Disse vil bli referert til som Nordic Choice Hotels (årstall) i teksten. Fullstendig referanse finnes i litteraturlisten.



⁴Figur 6: Skjermdump fra Nettsiden til Nordic Choice Hotels

Bildet ovenfor viser en skjermdump fra nettsiden til Nordic Choice Hotels. Overskriften «Vi elsker forskjeller og hater forskjellsbehandling», etterfulgt av underteksten «For uansett hvem du er, skal vi leve sammen her i verden. Velkommen til deg som bare vil være deg selv. Hos oss er det rom for alle». Disse setningene trekker linjer til både begrepet kultur og mangfold. Det samme gjør bildet på nettsiden. Bildet viser en rekke mennesker med ulikt utseende. Det er mennesker med ulik hudfarge, kjønn, og alder. Disse faktorene ser ut til å være en del av hva Choice-kjeden legger i begrepet mangfold.

Videre samarbeider kjeden med Pride-festivalen, og trekker dette frem som en stor del av deres fokus på mangfold. «Uansett om du heter Ali eller Ola, Kari eller Per, er hunde- eller katteelsker, homo, hetero, bifil eller transe, flyktning eller funksjonshemmet, så er det rom for deg i Nordic Choice Hotels» (Nordic Choice Hotels, 2018e). Dette er ordene til Stordalen i pressemeldingen knyttet til Pride i 2018. Festivalsjef for Oslo Pride har også uttalt seg i samme pressemelding: «Vi er utrolig stolte for at Nordic Choice Hotels og deres ansatte fortsetter å støtte oppunder likestilling og mangfold» (Nordic Choice Hotels, 2018e). Kjeden har hatt en synlig plass i paraden og frontet deres meninger om skeiv kjærlighet og mangfold på ulike plattformer. De ser ut til å få mye ros og positive tilbakemeldinger på deres samarbeid med Pride-festivalen, men samarbeidet skapte også ifølge Stordalen oppmerksomhet i negativ forstand. Ifølge Stordalen hadde flere gjester truet med å boikotte hotellkjeden på grunnlag av samarbeidet (Nordic Choice Hotels, 2018f).

⁴ <https://www.nordicchoicehotels.no/romforalle/>

Kommentaren nedenfor er hentet fra kommentarfeltet på Nordic Choice Hotels sin Facebook side. Dette er et eksempel på kritikken mot kjedens samarbeid med Pride-festivalen. «Never again. These hotels favour gay-rainbow movement. NEVER gonna stay in any of these. NEVER” (@Nordicchoicehotels, 2019).⁵

Emilie Stordalen, datter av Petter Stordalen gikk hardt ut på instagram og svarte på kritikken:

(...) de fleste reaksjonene vi har fått har (heldigvis) vært positive, men i løpet av min korte periode i selskapet har det også overasket meg hvor mye som er negativt. Kundeservice, hotellene og hovedkontoret får brev, telefoner og lange tirader fra folk som ønsker å boikotte selskapet, brenne lokalitetskort og aldri mer bo på våre hoteller fordi vi tar en posisjon i mangfoldsdebatten. (..) For når verdiene utfordres, er det ekstra viktig å stå opp for dem (..). (Stordalen A, 12.september 2018).

Emilie Stordalen vektlegger her hvordan de negative omtalene når ut til ansatte på ulike avdelinger i Choice-konsernet. Hun omtaler mangfold som deres verdigrunnlag, og argumenterer videre for hvordan hun stiller seg til de som utfordrer disse verdiene.

Derfor har jeg følgende på hjertet til dere som i det siste har kritisert NCH for vår holdning til Pride og mangfold for øvrig: NÅ ER DET SNART PÅ TIDE Å PUTTE DE MIDDELALDERSKE HOLDNINGENE LANGT OPP DER SOLEN ALDRI SKINNER. Så lenge jeg jobber i dette selskapet (og jeg har planer om å være her lenge) kommer NCH til å være uforanderlig og ufravikelig for mangfold. Av alle slag. Noe av det aller fineste jeg vet med selskapet min far og ansatte har bygget opp, er at dørene alltid er åpne for alle, uansett hvem du elsker, hvor du kommer fra, eller hvordan du identifiserer deg. (Stordalen A, 12.september 2018).

Dette gir uttrykk for at Emilie Stordalen er klar i sin tale. Hun bruker store bokstaver for å få frem hovedpoenget sitt, samt ett språk man ikke nødvendigvis forventer fra en ung forretningskvinne.

⁵ Som nevnt i metodekapittelet har jeg valgt å anonymisere personene bak kommentarene fra document.no, og kommentarene fra Facebook siden til Nordic Choice Hotels. Dette vil gjelde gjennom både analyse og drøftingskapittel. Referansen vil derfor kun henvise til nettside og årstall. Fullstendig oversikt finnes i litteraturlisten.

Selv om det er vanskelig å fastslå hvordan Nordic Choice Hotels sitt arbeid med Pride utføres i praksis, er det noen momenter jeg synes det er verdt å reflektere over. På den ene siden kan man stille seg selv spørsmålet om hvordan dette praktiseres i det daglige i kjeden. Da det ikke er lov å spørre om seksuell legning ved ansettelse kan man diskutere hvordan de vet at de har det mangfoldet de fremhever at de har. Er de i praksis mer fordomsfrie enn en gjennomsnittlig norsk bedrift? På den andre siden viser dette til at Emilie Stordalen, på vegne av Nordic Choice Hotels, «tar en posisjon» i Pride-debatten. Mange vil hevde at det er viktig at synlige og store firmaer viser hva de står for, og det kan tenkes at dette har positive ringvirkninger på andre bedrifter. Kanskje ville det vært mindre fordommer i samfunnet hvis flere synlige bedrifter hadde fremhevet holdninger som dette?

Avslutningsvis på instagram skriver Emilie Stordalen;

Mangfold er en styrke: det gjør oss til en bedre arbeidsplass, og vi får en bedre kultur. Jeg skal støtte opp om og bygge opp under disse verdiene så lenge jeg lever, og kommer aldri til å fravike fra dette. Selv om det så skulle bety at vi kanskje mister noen kunder, eller en lang tirade på instagram fra tid til annen- Emilie». (Stordalen A, 12.september 2018).

Her avslutter hun med å knytte mangfold opp mot kultur. Uttalelsene skaper et bilde av at Choice kjedens fokus på mangfold er å skape en arbeidsplass med en kultur hvor det er rom for alle, uavhengig av seksuell legning, etnisk opprinnelse eller hvordan du identifiserer deg som menneske. Choice-kjeden ser ut til å mene at når dette blir tilfelle vil en synergieffekt kunne bli en arbeidsplass preget av god kultur med blant annet fornøyde og motiverende ansatte, gode verdier og fornøyde kunder.

Emilie Stordalen har per. desember 2019, 12.300 følgere på instagram, noe som kan tyde på hennes ord og budskap når ut til et relativt stort publikum. Gjennom hele innlegget over, går hun hardt ut mot kritikken og avslutningsvis skriver hun rett ut at de til og med er villige til å miste kunder fremfor å gi slipp på egne verdier. Petter Stordalen har også uttrykt sitt svar på kritikken på flere arenaer. Uttalelsen nedenfor er hentet fra NHOs reiselivs årskonferanse i 2019.

«(...) jeg vet at når vi sier de tingene her, når jeg snakker om mangfold og... så får vi masse kritikk. Samarbeidet med Pride, når jeg snakker om det, eller, altså, avvising av Resett, samarbeid med migrasjonsmyndigheter. Når vi sier noe om integrering og mangfold, så er det fest i netttroll avdelingen. Kommentarfeltene hos meg koker over. Kundesenteret vårt får telefoner som sier de vil boikotte oss, vil ikke bo på hotellene våre, blablabla.. Det viktigste for oss: vi gir aldri etter! Det er verdiene våre, og presset gir vi aldri etter for. Vårt svar på kritikk er at vi skal gjøre mye mer av det de misliker» (NHO reiseliv, 2019, 17.juli,21:33).

Ut ifra det utvalgte datamaterialet ser det ut til at det fremkommer kritikk i ulike kommentarfelt på nett. Både Emilie og Petter Stordalen uttaler at de har mottatt kritikk på ulike arenaer, både via telefon til kundeservice og via mail. Dette er ikke noe jeg kan sjekke validiteten i, men egne undersøkelser viser at det er i de mest kontroversielle kommentarfeltene, som for eksempel document.no, at kritikken fremkommer. Dette vil jeg komme nærmere tilbake til i drøftingskapittelet. På den andre siden ser det ut til å fremkomme flere tilfeller med personer som er enige og tilfreds med Choice sitt fokus og samarbeid med Pride-festivalen, enn de som er negative eller kritiske.

På den ene siden kan man tolke Choice-kjeden sin bruk av begrepene kultur og mangfold som en form for omdømmebygging. På den andre siden kan man oppfatte deres gjentagende uttalelser som underliggende verdier som i stor grad gjennomsyrrer kjedens verdigrunnlag. Overnevnte uttalelser viser en indikasjon på at fronterpersonene for kjeden er villige til å strekke seg langt for at det som fremstår som deres verdigrunnlag skal bli opprettholdt. Dette fører oss over til hvordan jeg har tolket sosial begivenhet i min oppgave, og svar på første forskningsspørsmål: *Så hvordan fremstiller Nordic Choice Hotels og Stordalen kjedens fokus på mangfold?*

Sosiale begivenheter, som ifølge Fairclough (2003) handler om både tekstlige og ikke-tekstlige begivenheter, er i denne oppgaven forstått som hvordan Nordic Choice Hotels, og Stordalen som sosial agent, fremstiller kjedens fokus på mangfold. Dette er en begivenhet som har vist seg å foregå over tid og som utspiller seg på fler arenaer. Ifølge Fairclough (2003) har sosiale agenter, mennesker som er involvert i de sosiale begivenhetene, en makt over det tekstlige, altså over hvordan det blir fremstilt.

Med utgangspunkt i datamaterialet gis det uttrykk for at Stordalen, som sosial agent, har en makt over hvordan begrepet mangfold blir uttrykt og forstått. Som i eksempelet Fairclough (2003) la frem, om manageren som gjennom sitt ordvalg teksturerer bestemte uttrykk, opplever jeg at Stordalen er et eksempel på det samme. Han trekker bestemte og konsekvente linjer ut fra begrepene kultur og mangfold, og ser ut til å ha en innflytelse på hvordan begrepene skal bli forstått. For eksempel ser det ut til at Stordalen har et ønske om at begrepene skal sees i sammenheng, hvor han indikerer at mangfold skaper god kultur.

Det kommer også frem i det utvalgte datamaterialet at mangfold, sett fra Choice-kjeden og Stordalens øyne, handler om at mennesker med enten ulik seksuell legning, ulik etnisk opprinnelige eller med ulik kjønnsidentitet er like mye verdt, og skal ha like rettigheter på arbeidsmarkedet. Choice-kjeden og Stordalen uttrykker at ved å skape en bedrift som ser mennesket på tvers av disse faktorene vil det ha en synergieffekt i form av god kultur, som preges av blant annet fornøyde og gode verdier på arbeidsplassen. Begrepene kultur og mangfold blir videre presentert som noe utelukkende positivt, og fremstår som viktige både fra et medmenneskelig perspektiv, og for å skape en motiverende og velfungerende arbeidsplass.

Dette er hva som kommuniseres ut fra Choice og Stordalen sin side, men hva er det som underkommuniseres her? Det kan se ut som maktdimensjonen i dette underkommuniseres. Dette fordi blikket konstant ledes mot de positive effektene av mangfold og kultur, og med den gjentakende bruken av begrepene kan det nesten føles som en slags forførende «pynt» som etterhvert blir intetsigende. Med dette mener jeg at begrepene kan oppfattes som meningsløse når de blir brukt i så stor grad. Det kan også fremstå som forførende begreper, og at man derfor kan snakke om begrepsfetisjisme. Et resultat av denne type begrepsbruk ser ut til å være at andre dimensjoner ikke kommer frem i den offentlige diskursen, som med andre ord underkommuniseres. På denne måten ser man en kobling mellom hvordan begrepene blir brukt, diskursene som produseres og maktdimensjonen i dette.

Jeg kommer tilbake til hva som underkommuniseres i drøftingskapitlet, der vil jeg gå inn på kritiske vinklinger rettet mot Choice-kjeden og Stordalens fremstilling av mangfold. Jeg vil nedenfor gå videre til Faircloughs andre nivå. Med dette vil jeg vise til hvordan momentene ovenfor, som i min oppgave er tolket som sosial begivenhet, påvirkes av sosial praksis og sosial struktur.

5.1.2 Stordalen som merkevare

Sosial praksis er som lagt frem i teorikapitlet den midterste delen i Faircloughs tredimensjonale modell (Fairclough, 2003, s. 37). Ifølge Fairclough er dette relasjonen mellom strukturen og begivenheten. Dette nivået består av sjanger som handler om måter å handle og kommunisere på, diskurser som er måter å representere på, og stiler som er måter å være på (Fairclough, 2003, s. 25-26). Jeg har valgt å knytte sjanger og stiler opp til Stordalen, og analysere hvordan det er en sammenheng mellom hans måte å handle og være på, og diskursene som produseres.

Med en redegjørelse av dette vil jeg drøfte og svare på andre forskningsspørsmål i oppgaven: *Hvordan kan Stordalens handlinger og væremåte forstås som uttrykk for ulike diskurser om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels?* Dette vil være sentralt for å svare på problemstillingen for oppgaven, som blant annet vil undersøke hvilke diskurser som kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering. Nedenfor følger ett utdrag fra Stordalens biografi: «*Jeg skal fortelle deg min hemmelighet*», hvor han skriver om hvordan mange oppfatter han.

Jeg vet at jeg kan fremstå som en eksentrisk og stormannsgal riksklovn. En PR-kåt Duracell-kanin som prater litt for høyt og mye. Som går i prangende klær. Med litt for iøynefallende mønster. Og litt for spisse sko. Jeg ser den. (..). (Stordalen, 2015, s. 174)

Det kan tenkes at noen ser på han som en PR-kåt Duracell-kanin som prater litt for høyt og mye, men på den andre siden kan det også tenkes at andre ser han som en forretningsmann som tørr å skille seg ut, og som har en karismatisk identitet. Det er disse karakteristikkene jeg vil analysere om et uttrykk for sjanger og stiler, som ifølge Fairclough (2003) er en del av den sosiale praksisen.

Hva er det jeg legger i uttrykket karismatisk identitet? Når Stordalen snakker foran et publikum står han sjeldent helt stille. Han ser ut til å bruke kroppen som en del av sitt språk. Armene er ofte i luften, sveivende hit og dit. Han snakker høyt og er nesten på kanten til å rope. Disse faktorene kan gjøre at mange opplever han som bestemt og selvsikker. Hans måte å kommunisere på, med det jeg ser som en personlig tiltrekningskraft gjør at identiteten hans kan oppfattes som karismatisk.

Stordalen har en klesstil som skiller seg fra en typisk businessmann i Norge. Det er et sjeldnere syn å se Stordalen i svart dress og skjorte, enn i jeans og skinnjakke, eller en jakke med mønster av farger eller gull. Som kroppsspråket, fremstår også dette som endel av Stordalens identitet. Jeg vil også trekke frem måten Stordalen har valgt å åpne flere av hotellene sine på. Dette fremstår som gjennomtenkte praksiser fra Stordalen sin side, og kan tenkes å være en av grunnene til at noen kanskje oppfatter han som en PR-kåt rikmannsklovner. Han har blant annet åpnet ett av hotellene sine med magishow, ett med å rappellere ned hotellveggen, og ett med å kjøre vannscooter i full fart inn på scenen. Som et resultat av alle disse faktorene dannes det et bilde av at Stordalen skaper sin egen merkevare hvor det er vanskelig å skille kjeden fra eieren, og hvor Choice-kjeden skiller seg ut fra andre hotellkjeder.

Jeg vil også vise til tydelige paralleller mellom min tolkning av sosial praksis og retoriske appellformer. Begrepene etos, patos og logos har vist seg å være relevant gjennom analysen av Stordalen som merkevare. Etos handler om troverdigheten som ligger hos avsenderes, patos handler om hvorvidt avsenderes klarer å appellere til publikums følelser, og logos handler om hvorvidt avsenderes klarer å appellere til publikums fornuft og rasjonalitet (Johannessen E.F et al., 2018, s. 193-200). Dette viser med andre ord til fornuft, følelser og rasjonalitet, og viser seg å være svært sentralt når det kommer til Stordalen. Datamaterialet viser til at Stordalen trigger både publikums følelser og fornuft, samt at han oppnår troverdighet blant sitt publikum. Hvordan har han klart å oppnå denne troverdigheten? For å kunne analysere og bygge videre på dette ønsker jeg å trekke frem autentisitet og autentisitetsbrudd. Å fremstå autentisk handler om å etablere troverdighet, på en troverdig måte (Krogstad, 2019).

Som lagt frem tidligere henviser ofte Stordalen til bakgrunnen sin og «jordbærfilosofien» når han fronter arbeidsinkludering og Nordic Choice Hotels. På denne måten fremstår han som folkelig, og har en folkelig- retorisk etos fremstilling. Samtidig har han også en klesstil som skiller seg ut fra en typisk norsk forretningsmann. Det kan tenkes at klesstilen hans appellerer til mange av oss, men på forskjellige måter, og at denne identiteten er med på å underbygge den folkelige fremstillingen og skape en troverdighet. Som lagt frem innledningsvis er Stordalen opprinnelig fra Porsgrunn, som historisk har vært en typisk industri og arbeider-by. Stordalen ser ut til å «spille på» sosialdemokratiske verdier, som likhet og frihet (Sejersted, 2005, s. 415), som har hatt mye av sin basis i arbeiderklassen. Det kan tenkes at dette også er en faktor som gjør at han oppnår troverdighet hos publikum.

Livsstilen til Stordalen, kan på den andre siden, oppleves som et brudd på den folkelige fremstillingen, og kanskje kan man med dette snakke om autensitetsbrudd. Han blir kritisert for å være dobbeltmoralisk, og endel av kritikken ser ut til å være rettet mot hans personlige valg, som for eksempel bruken av privatfly og den økonomiske vinningen av arbeidsinkludering. Dette jeg vil komme nærmere tilbake til i drøftingskapitlet. Med dette skapes det et bilde av at Stordalen bryter hans autensitet og derav svekker troverdigheten. Det er grunn til å tro at dette bestemmes ut fra hvem som «ser». Alt i alt oppleves det som om Stordalen, ved å skape en folkelig fremstilling, fremstår som en trygg og sikker person, og en person publikum kan stole på. Dette er et ganske interessant funn. Satt litt på spissen kan det se ut som Stordalen har et talent i å være tvetydig. Han er engasjert, men også ganske sammensatt.

Videre er det relevant å gå inn på patos- klarer Stordalen å appellere til publikums følelser? Patos handler om at «Man må vekke ett engasjement, slik at publikum bryr seg om det man har å si» (Johannessen E.F et al., 2018, s. 197), og dette ser Stordalen ut til å lykkes med. Det er interessant å se på hvilke følelser Stordalen appellerer til. Hvilke følelser vil han at publikum skal kjenne på? Det kan se ut som han ønsker å trigge en ansvarsfølelse hos publikum. Han referer stadig til at arbeidsinkludering er et aktivt valg, og at det ikke finnes noen grunn til å ikke velge arbeidsinkludering i betydningen av mangfold, da dette skaper utelukkende positive ringvirkninger for bedriften. Med dette kan det se ut som om Stordalen ønsker å trigge følelser relatert til ansvar, samvittighet og medmenneskelighet. Dette fører oss også videre til Goffman (1992) sine begreper om frontstage og backstage, og spesielt begrepet innrykksstyring (Goffman, 1992). Det kan se ut som Stordalen oppnår en form for innrykksstyring ved å gi publikum det inntrykket han helst ønsker at de skal ha av han. Stordalen bruker som nevnt tidligere veldig bevisste ordvalg, og hans handlinger og væremåte fremtrer på en måte som kan oppfattes som overbevisende for publikum. Det kan også tenkes at disse ordvalgene skaper et engasjement hos publikum, som igjen appellerer til publikums følelser.

Til slutt vil jeg trekke frem logos- klarer Stordalen å appellere til publikums fornuft og rasjonalitet? Logos skiller seg fra etos og patos i den forstand at det ikke handler så mye om hvordan ytringen fremføres, men det knyttes til innholdet i det som ytres. For å undersøke dette er det spesielt to spørsmål man kan stille seg selv.

Hva er de sentrale påstandene hos taleren? Hvilke grunner skal legitimere påstandene? (Johannessen E.F et al., 2018, s. 200). Stordalen ut til å klare å skape en legitimitet for sin subjektposisjon. Dette ved at han trekker veksler på et sett av ulike verdier som harmoniserer. Som nevnt ovenfor er begreper som likhet og frihet eksempler på dette, samt mangfold som trukket frem under forrige nivå. Han legger stadig frem at alle skal ha like rettigheter på arbeidsmarkedet, og tilegner sine velvalgte begreper en rekke positive verdier. Han ser også ut til å skape en legitimitet ved å være konsekvent, samtidig som han knytter påstandene sine til personlige erfaringer og opplevelser, noe som kan være med på å legitimere påstandene, og sin posisjon. Argumentasjonen fremstår saklig, og er bygget opp på en måte som gjør den overbevisende. Med andre ord ser det ut til at Stordalen klarer å appellere til publikums fornuft og rasjonalitet. Hvordan dette gjenspeiles i de fremtredende diskursene vil jeg komme tilbake til i drøftings kapitlet.

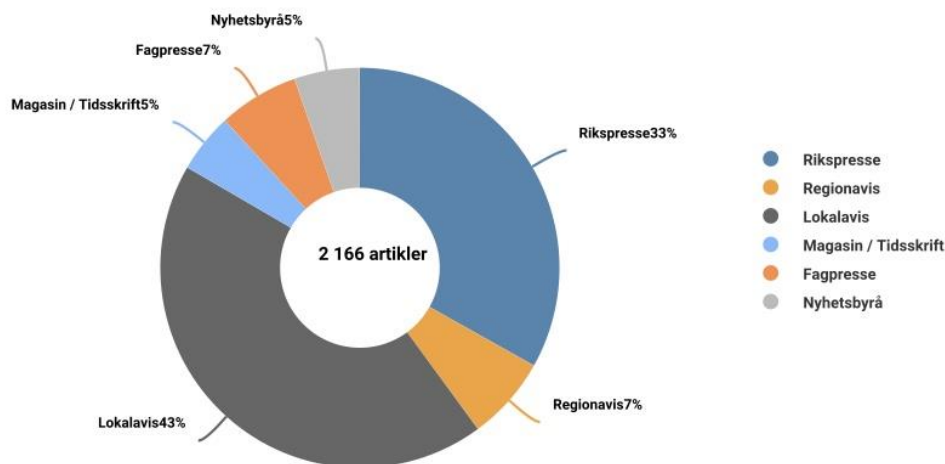
For å sammenfatte min oppfatning og mine poenger vil jeg avslutte med å svare på andre forskningsspørsmål: *Hvordan kan Stordalens handlinger og væremåte forstås som uttrykk for ulike diskurser om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels?* Med bakgrunn i ovennevnte kan det se ut som Stordalen skaper sin egen merkevare. Gjennom sin kommunikasjon, måter å representere, samt være på, ser han ut til å forme hvordan Choice kjeden uttrykker deres fokus på arbeidsinkludering. Stordalen ser også ut til å legitimere sin subjektposisjon. Dette ved at han klarer å appellere til publikums følelser, fornuft og rasjonalitet. På denne måten kan det forstås som uttrykk for ulike diskurser om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels.

Dette viser også til at det er en sammenheng mellom første og andre nivå i Faircloughs versjon av diskursanalyse. Dette fordi det er grunn til å tro at hvordan Choice kjeden og Stordalen fremstiller kjedens fokus på mangfold, er formet av Stordalens handlinger og væremåte. Jeg skal gå videre med å legge frem hvordan jeg har tolket Faircloughs siste nivå i en diskursanalyse- sosiale strukturer. Med dette vil jeg vise til hvordan det er en sammenheng mellom alle de tre dimensjonene, og at hver og en av dem er relevant i en kritisk diskursanalyse.

5.1.3 Forførende fremstilling

Sosiale strukturer handler om de ulike forholdene som kan påvirke ulike fenomener i verden – som språket eller maktforhold (Skrede, 2017, s. 32). Jeg har valgt å benytte meg av Foucault tilnærming til makt, og ifølge Foucault er makten overalt og den utøves gjennom styring (Foucault, 2002, s. 47). Det vil si at makten strekker seg utover den utøvende instans – regjeringen (Foucault, 2002, s. 11-19). Med dette mener Foucault at makt ikke kun utøves av staten og regjeringen, men at det foreligger en indirekte form for makt i samfunnet som er mer skjult, og på denne måten kan være vanskelig å se og forstå. Jeg har valgt å benytte meg av Foucaults tanker om makt da jeg opplever at dette er en interessant tilnærming som kan gjenkjennes i samfunnet. Dette fører oss til siste forskningsspørsmål: *På hvilke måter har Nordic Choice Hotels og Stordalen en innflytelse på det norske samfunnets oppfatning av selskapets arbeidsinkludering? (på starten av 2000-tallet).*

For å svare på dette vil jeg starte med å trekke frem Stordalen, og hvilket medieomfang han har. Nedenfor viser dekning per kildekategori på papir med søkeordet Petter Stordalen de siste tre årene. Diagrammet er hentet fra Atekst Retriever. Antall artikler viser oss at han er en mann som får mye medieoppmerksomhet i både lokal, regional og rikspresse.



Figur 7: Dekning per kilde med søkeord Petter Stordalen siste tre år (papir).

Diagrammet viser oss at Stordalen har de siste tre årene blitt mest omtalt i lokalaviser, rett etterfulgt av rikspresse. Han har også blitt omtalt i regionsaviser, fagpresse, nyhetsbyråer, og magasiner/tidsskrifter. Tilsammen 2166 artikler om Stordalen de siste tre årene, og dette er kun papirversjon. Med dette omfanget kan det se ut til at Stordalen sitter på en form for makt.

Formen for makt jeg viser til er definisjonsmakten- makten til å bestemme dagsorden. Med dette mener jeg at tilgangen til media kan ha stor påvirkningskraft, som igjen kan gi en form for makt til å bestemme hva som settes på dagsorden. På den ene siden kan det tenkes at de ulike mediene har en påvirkning på hvordan vi oppfatter Choice-kjeden og Stordalen, og på den andre siden kan det tenkes at Stordalen spiller en stor rolle i hvordan dette fremstilles. Det kan også tenkes at hvordan vi oppfatter Stordalen som merkevare, hans stil og selvpresentasjon kan være forførende. Dette er momenter som kan bidra til en tilsløring av maktforhold, og kan med andre ord tolkes som en indirekte makt. Det er ikke en makt man nødvendigvis tenker over at man blir utsatt for, men en makt som er tilstede i det hverdagslige liv. Altså så kan det tenkes at det ligger en indirekte makt i Nordic Choice Hotels sin innflytelse på det norske samfunnets oppfatning av selskapets arbeidsinkludering

Stordalen og Choice-kjedens bestemte begrepsbruk kan også forstås som en indirekte form for makt. Som lagt frem under sosial begivenhet er et eksempel på dette den gjentakende bruken av begrepet mangfold i sammenheng med arbeidsinkludering. Som ovenfor fremstår dette som forførende ved at begrepet blir benyttet gjentakende ganger, kun i utelukkende positive sammenhenger. Det gjentas svært ofte, på en rekke ulike plattformer. Det kan tenkes at dette ikke er noe man nødvendigvis tenker over, men at det påvirker hvordan samfunnet forholder seg til begrepet mangfold i en arbeidskontekst.

Som nevnt tidligere i oppgaven ser Stordalen og Choice-kjeden ut til å benytte seg av begrepene kultur og mangfold, istedenfor å henvise direkte til arbeidsinkludering. Det skapes et bilde av at satsing på mangfold, som endel av arbeidsinkludering, skaper god kultur. Videre nøler ikke Stordalen med å presentere alle godene dette fører med seg. Stordalen (2018) ser blant annet ut til å knytte kultur til lønnsomhet på denne måten:

Kultur! Kultur er ikke noe du kan vedta på et styremøte, kultur er ikke noe du kan bestille fra Boston Consulting Group eller McKinsey. Kultur skapes, kultur leves. Kultur er noe du må investere i. Ved å investere i kultur vil du også få avkastning (NHO, 09.januar 2018,3:55)

Dette er ordene til Stordalen under NHO sin årskonferanse i 2018.

Her ser det ut til at han fremstiller arbeidsinkludering, i form av kultur, som noe lønnsomt, og som et element bedrifter må jobbe for, for å lykkes med. Tidligere i foredraget hyllet han kulturen i Choice på denne måten:

I Choice er vi enormt stolt av arbeidskulturen vår. For de av dere som lurer: det er den desidert beste i vår bransje i Skandinavia. Det er ikke noe jeg skryter av, det er noe som måles. Og inkludering er en del av vår kultur. Vi har valgt å engasjere oss ved å være et inkluderende selskap (NHO, 09.januar 2018,2:57)

Det kan se ut som Stordalen skaper et bilde av at inkludering skaper god kultur, og han setter i overnevnte uttalelser nærmest et likhetstegn mellom lønnsomhet og arbeidsinkludering. Også i disse uttalelsene er det verdt å reflektere over maktdimensjonen ved bruken av begrepet kultur. Det er enkelt å forstå at Stordalen er opptatt av begrepet kultur, men ved å benytte seg av begrepet så mange gjentakende ganger, fremstår det ikke lenger som et like meningsfullt begrep. Kan det heller forstås som en måte å skjule sin makt på? Dette ser ut til å være et gjentakende mønster, på ulike plattformer. Dette fører oss til Faircloughs siste nivå- sosiale strukturer, og tredje forskningsspørsmål; *På hvilke måter har Nordic Choice Hotels og Stordalen en innflytelse på det norske samfunnets oppfatning av selskapets arbeidsinkludering?*

Nordic Choice Hotels som kjede, og Stordalen som enkeltperson, benytter seg av ulike plattformer for å fremstille deres arbeid med arbeidsinkludering. Dette viser seg å være både gjennom ulike nyhetskanaler, ulike konferanser og nettsider. Disse ulike måtene å kommunisere på når ut til ulike deler av befolkningen, og det kan med andre ord se ut til at deres fremstilling av arbeidsinkludering kan påvirke ulike mennesker, på ulikt vis. Eksempelvis er NHOs årskonferanse når han snakker til et stort utvalg av norsk næringsliv, et utvalg som kan tenkes å ha stor påvirkningskraft, og makt til å sette arbeidsinkludering på dagsorden. Et annet eksempel kan være alle de tilfeldige menneskene som leser de ulike nyhetsmediene hver dag. På denne måten kan man snakke om en forførende fremstilling. Dette fordi det er grunn til å tro at det ligger en makt i den innflytelsen Nordic Choice Hotels har på det norske samfunnets oppfatning av selskapets arbeidsinkludering.

For å se dette i lys av Faircloughs siste nivå kan det tenkes at Nordic Choice Hotels har en makt som påvirker både den sosiale begivenhet- og praksis.

Dette viser til at alle de tre nivåene, som Fairclough (2003) referer til som sosial kontekst, er viktig for å forstå diskursene som produseres. Dette viser også til betydningen av forholdet mellom diskursene og andre sosiale prosesser. Dette vil jeg gå nærmere inn på i følgende drøftingskapittel.

Oppsummering

Som nevnt i teorikapittelet er diskurser ifølge Fairclough (2003) på et mellomnivå, et medierende nivå mellom teksten i seg selv og dens sosiale kontekst. Jeg har nå tatt for meg den sosiale konteksten, som Fairclough betegner som sosial begivenhet, sosial praksis og sosial struktur (Fairclough, 2003, s. 37). Det fremkommer av analysen ovenfor at det er en sammenheng mellom de tre dimensjonene, og at hver og en av dem er relevante for analysen.

Det første nivået som Fairclough omtaler sosial begivenhet, har i min oppgave blitt forstått som hvordan Nordic Choice Hotels og Stordalen uttrykker deres fokus på mangfold. Denne begivenheten påvirkes av både den sosiale praksisen og strukturen, men Stordalen som sosial agent har en egen makt over hvordan begrepet mangfold blir uttrykt og forstått. Han ser ut til å trekke bestemte og konsekvente linjer ut fra begrepene, samt tilegne begrepet ulike positive verdier. Begrepet fremstilles forførende, og på denne måten kan vi snakke om mangfoldsfetisjisme. Som ett resultat av dette er de andre dimensjoner som ikke kommer frem i den offentlige diskursen. Dette vil jeg komme tilbake til i drøftings kapitlet.

Ut ifra den sosiale praksisen, bestående av sjanger, diskurs og stiler, utviklet jeg forskningsspørsmålet: *hvordan kan Stordalens handlinger og væremåte forstås som uttrykk for ulike diskurser om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels?* Med utgangspunkt i analysen kan det se ut som Stordalens er med på å forme den sosiale begivenheten. Dette viste seg både gjennom hans spesifikke karakteristikk og fremkom gjennom tydelige paralleller til de retoriske apellformene etos, patos og logos. Analysen viste til at Stordalen trigger både følelser, fornuft og rasjonalitet hos publikum. Han ser på denne måten ut til å klare å legitimere sin subjektposisjon. Dette kan tenkes å være med på å forme hvordan vi oppfatter og forholder oss til arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels, og med dette diskursene som produserer.

Ut ifra siste nivå som er sosial struktur, utviklet jeg forskningsspørsmålet: *På hvilke måter har Nordic Choice Hotels og Stordalen en innflytelse på det norske samfunnets oppfatning av selskapets arbeidsinkludering?* Kjeden og Stordalen ser ut til å benytte seg av ulike plattformer for å fremstille deres arbeid med arbeidsinkludering. Det er grunn til å tro at deres tilgang til media gir en definisjonsmakt. Med dette mener jeg at tilgangen til media kan ha stor påvirkningskraft, som igjen kan gi en form for makt til å bestemme hva som settes på dagsorden. Det kan også tenkes at hvordan vi oppfatter Nordic Choice Hotels, samt Stordalen som merkevare, påvirkes av hans stil og selvpresentasjon, og at dette kan være forførende. Dette er momenter som kan bidra til en tilsløring av maktforhold, og kan med andre ord tolkes som en indirekte makt. Det er ikke en makt man nødvendigvis tenker over at man blir utsatt for, men en makt som gjennom blant annet medier er tilstede i det hverdagslige liv. På denne måten ligger det en makt i innflytelsen Nordic Choice Hotels har på det norske samfunns oppfatning av selskapets arbeidsinkludering.

Med utgangspunkt i denne sosiale konteksten vil jeg nå ta for meg diskursene om arbeidsinkludering *innad* i Nordic Choice Hotels.

5.2 Diskurser om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels

Diskursene jeg har identifisert er mangfoldsdiskursen, den samfunnsorienterte diskursen og bedriftsøkonomisk diskurs. Diskursene føres *innad* i Nordic Choice Hotels og danner et positivt bilde av arbeidsinkludering i Choice-kjeden. I neste kapittel vil jeg drøfte nærmere hvordan diskursene innad i selve hotellkjeden fremstår i relasjon til kritikk som kommer til uttrykk i norsk sammenheng.

Diskurser	Fremtredende element i diskursen
Mangfoldsdiskursen	<ul style="list-style-type: none">• Medmenneskelighet• Forbilde Arbeidsinkludering skaper mangfold, som har positive ringvirkninger for både den enkelte og bedriften
Den samfunnsorienterte diskursen	Arbeidsinkludering er lønnsomt i et bærekraftig samfunnsperspektiv
Den bedriftsøkonomiske diskursen	Arbeidsinkludering er lønnsomt og verdiskapende for bedriften

Figur 7: oversikt over de fremtredende elementene i diskursene

Figuren ovenfor viser til diskursene som kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering, samt de fremtredende elementene i diskursene. For å presentere en systematisk analyse vil jeg i kapittel seks komme tilbake til hva som kommer i bakgrunnen av diskursene, og på denne måten hva som underkommuniseres.

5.2.1 Mangfoldsdiskursen

Mangfoldsdiskursen er den mest fremtredende diskursen i datamaterialet. Som vi kunne se i første del av analysen var mangfold ett gjentakende begrep i analysen av den sosiale konteksten. Dette viser at en analyse av konteksten er viktig for å forstå diskursene som produseres.

Mangfold for Nordic Choice Hotels ser ut til å handle om mennesker med enten ulik seksuell legning, ulik etnisk opprinnelse, eller med ulik kjønnsidentitet. Stordalen uttrykker at bedrifter som ser mennesket på tvers av ovennevnte faktorer vil skape positive synergieffekter, som for eksempel i form av god kultur på arbeidsplassen. Mangfold blir fremstilt som noe utelukkende positivt, og det blir med dette tilegnet en rekke positive verdier. Det uttrykkes at mangfold har positive ringvirkninger for både den enkelte og for Nordic Choice Hotels som kjede.

I de utvalgte pressemeldingene blir ordene ansvar og forbilde ofte gjentatt, og det dannes et bilde av at Choice-kjeden tar mer ansvar enn forventet for en bedrift på deres størrelse. Felles med fremstillingene er hvordan Nordic Choice Hotels sitt fokus på mangfold og kultur fremstår som utelukkende gode handlinger, og at kjeden fremstilles som et forbilde og en foregangsbedrift på området. Diskursenes momenter går noe over i hverandre, men jeg vil presentere de systematisk for å forhåpentligvis gjøre det klarere for leseren. Jeg vil nedenfor vise til hvordan denne diskursen kommer til uttrykk i Choice-kjedens fremstilling av arbeidsinkludering. Fokuset på ansvar har jeg valgt å kalle medmenneskelighet, da dette tydeliggjør diskursens konstruksjon.

Medmenneskelighet

Nordic Choice Hotels ambisjoner om å hjelpe mennesker kommer frem på ulikt vis i de utvalgte pressemeldingene, og en gjentakende fremstilling er at HR-avdelingen i Choice tar et større ansvar enn man kan forvente av et selskap. I en pressemelding fra 29.mars 2019 legges det frem at

Vi ser det at å satse på mangfold, inkludering og fellesskap gir best resultater i form av god kultur, og å motta priser som denne, inspirerer oss til å gjøre enda mer for å bidra med det vi kan for å forandre verden til det bedre - HR-direktør Ann Mårder.

(Nordic Choice Hotels, 2019d)

Uttalelsen er fra en pressemelding hvor HR-avdelingen i Nordic Choice Hotels ble kåret til Norges beste HR-avdeling i 2019. Også i disse sitatene fremheves ansvaret som noe som strekker seg utover selve hotelldriften. HR-direktør Ann Mårder sier med disse ordene at de ønsker å gjøre verden til det bedre. I en annen pressemelding vektlegges det hvordan et samarbeid med Nordic Choice Hotels vil bidra til å redusere utenforskap i samfunnet.

«Nordic Choice Hotels er genuint opptatt av å bidra til et inkluderende samfunn. (..) Sammen er vi et verktøy for å redusere utenforskapet» (Nordic Choice Hotels, 2019h). Dette er ordene til Skjalg Havåg, administrerende direktør i OsloKollega. Pressemeldingen legger frem om PS:hotel, som etter det nye samarbeidet har blitt omdøpt til PS:hotel by Nordic Choice.

Choice-kjedens konsentrasjon av mangfold kommer også til uttrykk i opprettelsen av Ali-hjelpen, som hører inn under deres People and Culture-avdeling. Ali-hjelpen ble opprettet av Nordic Choice Hotels i 2018, og innebærer et samarbeid med Norsk organisasjon for asylsøkere (NOAS), hvor konsernet stiller med juridisk hjelp til medarbeidere som risikerer utvisning, grunnet manglende oppholdstillatelse. Navnet til hjelpefunksjonen er oppkalt etter Ali Popal, en medarbeider på et Choice Hotell i Wisby, Sverige. Stordalen uttrykker at de har flere medarbeidere som trues av utvisning, og at de med dette ønsket å skape noe som kunne gjøre prosessen enklere og forhåpentligvis mer rettferdig med dem (Nordic Choice Hotels, 2018g). «Vi håper dette bidrar til at flere kan føle seg trygge og at de får sine saker ordentlig vurdert» - Petter Stordalen (Nordic Choice Hotels, 2018g). Fremstillingen av Ali-hjelpen er med på å underbygge mangfoldsdiskursen på ulike måter. Den danner både et bilde av at Choice-kjeden tar mer ansvar enn forventet i deres arbeid med mangfold, at mangfold ifølge Nordic Choice Hotel handler om å se det enkelte individ, og at det handler om medmenneskelighet.

Det er her interessant å se diskursens moment i lys av Faircloughs tredje nivå. Det er ganske tydelig hva som kommuniseres frem, men ikke like tydelig å se hva som underkommuniseres. Dette fører oss tilbake til maktdimensjonen i dette; den indirekte makten som virker mer i det skjulte, og som kan være vanskelig å se og forstå. Fokuset på det medmenneskelige viser at det ligger en etisk dimensjon under diskursen. Men kan bruken av begrepet virke forførende, slik at andre dimensjoner ikke kommer frem i den offentlige diskurs? På den ene siden kan det virke som arbeidsinkludering skaper mangfold, og at fokuset på dette kun handler om medmenneskelighet. På den andre siden reiser det spørsmålet om Stordalen og Choice-kjeden bruker sin (makt)posisjon for å skape omdømmebygging? Hvis dette er tilfelle gir det mening å snakke om profitt. Etikk og profitt kan fremstå som motsetninger, men bildet er mer tvetydig enn som så. Jeg kommer tilbake til dette i drøftingen.

Forbilde

Ett annet ord som ofte er gjentagende under mangfoldsdiskursen er forbilde. Både Stordalen som person, og Nordic Choice Hotels som kjede, blir ved flere tilfeller fremstilt som gode forbilder. I pressemeldingen «Petter A. Stordalen tildelt Mangfoldspris» publisert 25. oktober 2018 legges det frem at Stordalen ble kåret til Årets forbilde, som er en kategori under Mangfoldsprisen. Prisen fikk han ifølge pressemeldingen grunnet sitt samfunnsengasjement og sin inkluderende personalpolitikk. «Prisen går til en person med stort samfunnsengasjement og inkluderende personalpolitikk. Selskapet hans ser enkeltmenneskets verdi og potensial. Dette har de blant annet vist ved å ta imot og ansette 800 nyankomne som praktikanter» (Nordic Choice Hotels, 2018a). Stordalens svar på prisen er som følger:

Denne prisen betyr mye for meg og jeg er stolt over at DiversityIndex Award tildeler oss denne fantastiske prisen for vårt arbeid med mangfold. Nordic Choice Hotels har tatt et aktivt valg og vi har valgt mangfold. Vi vet at mangfold gjør oss til et bedre selskap, og takket være det, har vi i dag bransjens beste kultur, sier Petter A. Stordalen (Nordic Choice Hotels, 2018a).

Stordalen bruker ordet «aktivt» når han referer til valget de har tatt. Ved å benytte seg av ordet aktivt legges det uttrykk for at dette er vel gjennomtenkt fra han selv og Nordic Choice sin side. Prisen går til Stordalen som person, fordi juryen mener han har bygget et selskap som ser verdien og potensialet hos enkeltmennesker. Når Stordalen svarer på tildelingen av prisen ordlegger han seg på en måte som at det ikke er han som har mottatt prisen, men Nordic Choice Hotels som helhet. Han sier; «tildeler oss (..) for vårt arbeid (..)». Mine lesninger av de ulike pressemeldingene hvor Stordalen kommer med uttalelser, viser at dette er et gjentagende mønster fra Stordalen sin side. Han får tildelt pris for å være et godt forbilde, men det er vanskelig å finne tilfeller hvor han tar æren på egen kappe. Kanskje det er nettopp dette som gjør at han blir fremstilt som et forbilde? Det kan tenkes at dette er et aktivt valg fra Stordalen sin side, og nettopp dette som gjør at mange ser ut til å se på han som et forbilde. Han ordlegger seg på en måte hvor han vektlegger at alle ansatte er like viktige og like mye verdt for bedriftens suksess. I tillegg til dette gir pressemeldingene også uttrykk for at Stordalen og Nordic Choice Hotels sin fremstilling av samfunnsansvar og herunder arbeidsinkludering, kan fremstå som en positiv pådriver for andre bedrifter.

Det er interessant å se på Stordalens subjektposisjon i denne diskursen. Som lagt frem i første analysedel kan Stordalens handlinger og væremåte forstås som uttrykk for ulike diskurser om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. Dette gjennom hvordan han klarer å appellere til publikums fornuft, følelser og rasjonalitet, og dermed skape en legitimitet. Stordalen drar veksler til blant annet historien til en enkeltperson. På denne måten ser han ut til å gi utsagnene overbevisningskraft.

Mangfoldsdiskursen ser ut til å ha etiske underliggende dimensjoner. Diskursen trekker linjer mellom arbeidsinkludering og mangfold, og skaper et bilde av at arbeidsinkludering skaper mangfold, noe som etter sigende har positive ringvirkninger for både den enkelte og for bedriften. Det trekkes positive karakteristikk til Nordic Choice Hotels sitt fokus på mangfold, hvor begreper som medmenneskelighet og forbilde blir tydelige momenter i diskursen.

5.2.2 Den samfunnsorienterte diskursen

En annen fremtredende diskurs er den samfunnsorienterte diskursen. Både diskursen ovenfor og denne har positive karakteristikk knyttet til arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels, men de skaper to forskjellige bilder av temaet. Forskjellene er at fremstillingen i førstnevnte danner et bilde av at Choice-kjedens konsentrasjon på arbeidsinkludering handler om at arbeidsinkludering skaper mangfold, og at det har positive ringvirkninger for enkeltmenneske og for bedriften i form av god kultur. Den samfunnsorienterte diskursen danner et bilde av arbeidsinkludering som et smart økonomisk, bærekraftig valg for samfunnet.

Choice-kjeden omtaler deres arbeid med bærekraft på flere plattformer. Deres satsningsområder innen bærekraft ser ut til å være så mangt, men det danner også et bilde av at arbeidsinkludering er et bærekraftig valg. I en pressemelding fra 2018 kommer følgende frem;

Nordic Choice Hotels har valgt seks fokusområder for sitt bærekraftsarbeid: mangfold, etisk og bærekraftig leverandørkjeder, globalt samfunnsansvar med kamp mot trafficking, god, sunn og bærekraftig mat, lokalt samfunnsansvar i hotellenes nabolag og miljøvennlig drift (...) (Nordic Choice Hotels, 2018b).

Her trekkes det linjer mellom mangfold og bærekraft, og det kan fremstå som arbeidsinkludering i form av satsning på mangfold vil være et bærekraftig valg for samfunnet. I et intervju med Stordalen i agendamagasinet kommer følgende frem:

Ta diskusjonen om alle de som står utenfor arbeidslivet (...). Det er viktig av flere årsaker. For det første er det viktig for individet: for hver og enkeltes fysiske og psykiske helse. Og det er viktig for deres familie og familiens økonomi. Men det er også viktig for samfunnet! Det er en liten investering for samfunnet å få dem i jobb, men det er en enorm kostnad om de står utenfor (...) (Gitmark, 2019).

Her legger Stordalen frem hans forståelse av arbeidsinkludering, og hvordan han mener at det har betydning på flere arenaer. Stordalen danner et bilde av at det er en større kostnadseffekt for samfunnet å utelukke arbeidet med arbeidsinkludering, enn å investere i det. Dette uttrykker Stordalen på flere arenaer. I et intervju med Dagsavisen fremstiller han betydningen av arbeidsinkludering med denne uttalelsen: «At folk blir stående utenfor arbeidslivet, er ikke bare et problem for den enkelte. Det er også enormt kostbart for samfunnet når personer med funksjonsnedsettelse ikke får jobb» (Sæther, 2019). Dette er ikke et nytt problem, men som nevnt innledningsvis er det et økende samfunnsproblem, spesielt knyttet til to grupper som betraktes som ekstra utsatte. Dette er som tidligere nevnt unge mennesker med psykiske lidelser, samt flytninger og mennesker med innvandrerbakgrunn. På den ene siden er dette et samfunnsproblem som det jobbes med fra flere hold, og man kan undres over hvorfor Stordalen vektlegger dette i så stor grad som han ser ut til å gjøre. På den andre siden kan det tenkes at Stordalens stemme har en innvirkning på at flere bedrifter forstår samfunns-effekten av arbeidsinkludering. Til tross for at dette er et allmenkjent samfunnsproblem gjentas poengene ved flere anledninger, og det fremstår som et av Stordalens hovedpoeng når det kommer til arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels.

På NHOs reiselivs årskonferanse i 2019 gjentok han også denne fremstillingen av arbeidsinkludering, og trakk det videre opp mot Nordic Choice Hotels. «Utenforskap har mange kostnader. Mange menneskelige, og for samfunnet. Og det gjør meg enormt stolt å vite, at vår bransje er faktisk med å løse et av samfunnets store utfordringer» (NHO reiseliv, 2019, 17.juli,20:43). Ut ifra det store omfanget av pressemeldinger kommer det frem at dette er et fokus og en fremstilling Nordic Choice Hotels har hatt gjennom flere år.

I en pressemelding fra 2015 trekker konsernsjef Torgeir Silseth også koblinger mellom arbeidsinkludering i form av mangfold, og miljøavtrykk.

Vi ønsker å være positive bidragsyttere også utenfor hotelltrappen. Derfor jobber vi stadig med å heve innsatsen for menneskene og miljøet rundt oss. Selvtilliten stiger parallelt med reduksjonen i vårt miljøavtrykk, og det er strålende å se at tiltakene vi gjør for å øke mangfoldet på arbeidsplassen fungerer godt (Nordic Choice Hotels, 2015).

Jeg synes dette er et interessant funn. Ikke nok med at arbeidsinkludering fremstilles lønnsomt i et bærekraftig samfunnsperspektiv, så blir det også trukket vekslers til miljø. I denne uttalelsen dannes et bilde av at økt mangfold på arbeidsplassen også er positivt i et miljøperspektiv. Ved et første øyekast fremstår dette som noe svært positivt, men det er grunn til å reflektere over hva som *egentlig* er den direkte koblingen mellom mangfold på arbeidsplassen og reduksjon i miljøavtrykk. De ulike uttalelsene i datamaterialet ser bort fra denne refleksjonen, og den samfunnsorienterte diskursen danner med dette et bilde av at arbeidsinkludering er lønnsomt for samfunnet, og viktig i et bærekraftig perspektiv.

Den etiske dimensjonen kommer tydelig frem også i denne diskursen. Det legges mye vekt på hvordan man *bør* handle og hva som er det riktige å gjøre. Oppmerksomheten i diskursen vendes mot arbeidsinkludering som ett samfunnsansvar. På denne måten betrakter diskursen arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels som et riktig og godt etisk valg. Kritiske vinklinger og en oppfølgende diskusjon rundt dette vil bli lagt frem i drøftingskapitlet.

5.2.3 Bedriftsøkonomisk diskurs

Denne diskursen er i viss grad en forlengelse av den forrige samfunnsorienterte diskursen. Mens diskursen ovenfor handler om lønnsomheten rettet mot samfunnet, fremstilles arbeidsinkludering innenfor denne diskursen som lønnsomt og verdiskapende for bedriften. Stordalen uttrykker ved flere anledninger at arbeidsinkludering ikke handler om å være snill eller gjøre samfunnet en tjeneste, men at det lønner seg for bedriften sin del. En motsetning mellom denne og de to forgående diskursene er at den bedriftsøkonomiske diskursen ser ut til å vise profitt dimensjonen ved arbeidsinkludering. Dette er et interessant funn.

«No-one would remember the Good Samaritan if he'd only had good intentions; he had money as well». Setningen er opprinnelig fra Margaret Thatcher, men Stordalen benytte disse ordene i boken hvor han forteller sin personlige historie (Stordalen, 2015, s. 107). «Den barmhjertige samaritan» er en frase fra Lukasevangeliet i det nye testamentet (Luk, 10:25-37) Frasen blir i dag stadig brukt om organisasjoner eller personer som gjør en god gjerning ved å hjelpe fremmede. På den ene siden kan det tyde på at Stordalen ser på seg selv som «den gode samaritan», ved at han bruker setningen i sin egen biografi. På den andre siden knyttes utsagnet opp til økonomi, som er kjernen i denne diskursen. Stordalen påpeker ved flere anledninger at Nordic Choice Hotels sitt arbeid med arbeidsinkludering hverken handler om å være snill, eller gjøre samfunnet en tjeneste- men at det er lønnsomt for bedriften. På NHOs årskonferanse i 2018 forklarte Stordalen hvorfor arbeidsinkludering kan knyttes til lønnsomhet på denne måten:

La meg først avlive en etablert myte. Noen arbeidsgivere tror de gjør samfunnet en tjeneste om du ansetter folk i praksis plasser eller som har hull i CV`en. Det er en gigantisk misforståelse! Min erfaring er det motsatte (...) (Næringslivets hovedorganisasjon, 2018, 0:20).

Ved et første øyekast kan det se ut som Stordalen mener at arbeidsgivere påfører samfunnet en byrde ved å ansette folk i praksis plass eller som har hull i CV `en. Dette ved at han setter ordene «tjeneste» og «det motsatte» opp mot hverandre. Det er også interessant hvordan han bruker ordene «en etablert myte» for videre å uttale «noen arbeidsgivere». Man kan stille seg selv spørsmålet om hvorvidt det er en etablert myte hvis det kun gjelder for noen arbeidsgivere. Ved å benytte seg av disse ordene kan det se ut som det Stordalen forsøker å gjøre er å selge arbeidsinkludering inn til næringslivet. Dette ved at han videre i talen trekker frem en solskinnshistorie om en innvandrerkvinne som fikk praksisplass i Choice, senere ble fast ansatt og kåret til «The Employee of the Year». For å forstå hovedpoenget til Stordalen må man se sitatet i sin kontekst og ikke ta ordene han benytter seg av helt bokstavelig. Selv om han tidligere har lagt vekt på den samfunnsmessige betydningen av arbeidsinkludering, ser han nå ut til å ville trekke dette ett steg videre, og poengtere hvorfor arbeidsinkludering også er svært positivt for bedrifters bunnlinje.

Dette gjør han ved å videre i talen uttale at investering i kultur vil resultere i avkastning for bedriften (Næringslivets hovedorganisasjon, 2018, 4:07).

Stordalen oppfordrer næringslivet til å velge annerledeshet i form av mangfold, og fremstiller den lønnsomme siden ved dette på ulike plattformer. I en pressemelding fra 2014 uttalte han: «Vi ønsker å være en inkluderende arbeidsplass med stort mangfold, fordi vi vet at det bidrar til et godt arbeidsmiljø. Et godt arbeidsmiljø er kanskje den viktigste suksessfaktoren i hotellbransjen. Fornøyde hotellmedarbeidere skaper fornøyde gjester» (Nordic Choice Hotels, 2014). Her danner Stordalen et bilde av hvordan mangfold skaper en positiv økonomisk prosess for bedriften. Han trekker frem at mangfold skaper et godt arbeidsmiljø, og at fornøyde medarbeidere skaper fornøyde gjester. Med dette trekkes det linjer mellom mangfold og bedriftsøkonomisk lønnsomhet.

I Stordalens personlige biografi legger han også vekt på hvorfor mangfold er viktig for bedriftsøkonomisk suksess. «Derfor har vi også verdier i vår kultur som fungerer som den type verktøy: vi setter alltid kunden først, oppfordrer til å være utradisjonelle og til å tenke lønnsomhet» (Stordalen, 2015, s. 237). Senere i biografien legger han frem følgende «I årsregnskapet har vi en trippel bunnlinje. People, planet and profit- i den rekkefølgen» (Stordalen, 2015, s. 287), en setning som også er å finne på nettsiden til Nordic Choice Hotels. I førstnevnte sitat skapes det en forestilling om at kjedens kultur handler om å tenke utradisjonelt og at dette er grobunn for bedriftsøkonomisk lønnsomhet. Med utgangspunkt i det utvalgte datamaterialet i oppgaven ser det ut som deres måte å tenke utradisjonelt på handler om kjedens rekruttering basert på mangfold.

Oppskriften på lønnsomhet i Nordic Choice Hotels ser sjeldent ut til å bli fremstilt uten å trekke veksler på mangfold og kultur. Choice-kjeden danner et bilde av at en inkluderende arbeidsplass med stort mangfold skaper et godt arbeidsmiljø med en god kultur, som igjen vil gi avkastning. Arbeidsinkludering blir med dette fremstilt som verdiskapende og lønnsomt for bedriften.

I motsetning til de to forrige diskursene hvor den etiske dimensjonen er fremtredende, kommer profitt mer til syne i denne diskursen. Dette ved at diskursen betrakter arbeidsinkludering som viktig for bedrifters bunnlinje. Verdiskapning, lønnsomhet og avkastning trekkes frem som hovedmomenter i diskursen. Etikk og profitt kan fremstå som motsetninger, men bildet er mer tvetydig enn som så. Denne diskursen viser vei for en mer gjensidig avhengighet mellom etikk og profitt. Arbeidsinkludering i form av mangfold blir gjennom diskursene først og fremst fremstilt som viktig for å skape en god kultur.

Dette betraktes som viktig fra et medmenneskelig perspektiv. Herav det etiske. En god kultur blir videre presentert som essensielt for å skape fornøyde ansatte, noe som ifølge Choice resulterer i lavt sykefravær og fornøyde gjester. Videre blir dette presentert som positivt for bedriftens bunnlinje, hvor det trekkes veksler til avkastning, økonomi og lønnsomhet. Herav profitt. Dette skaper et bilde av at etikk er tett sammenbundet med økonomi, noe som er svært interessant for videre drøfting. Hvordan klarer Stordalen å balansere det som i utgangspunktet er motsetninger? Dette vil drøftes i følgende kapittel.

Samtlige tre diskurser som er presentert er harmoniserende diskurser om mangfold. Diskusjonen som føres *utenfor* Choice-kjeden danner en kontrast i retning av at profitt trekkes opp mot utnyttelse. Dette vil jeg drøfte i følgende diskusjonskapittel.

Oppsummering

Med analysen har jeg lagt frem hvordan jeg har valgt å tolke og anvende Faircloughs tredimensjonale modell i min oppgave. Da Fairclough (2003) mener at diskurser befinner seg på et medierende nivå mellom tekstene og den sosiale konteksten (Fairclough, 2003, s. 37), valgte jeg å legge frem den sosiale konteksten først, for deretter å presentere diskursene. Med utgangspunkt i det utvalgte datamateriale har jeg tatt utgangspunkt i følgende spørsmål:

- Hvilke representasjoner av arbeidsinkludering fremstilles i dette utvalget?
- Hva slags tankesett er det som fremmes?
- Hvilke diskurser om arbeidsinkludering kan avgrenses på bakgrunn av dette?

Diskursene jeg har presentert i dette kapitlet er mangfoldsdiskursen, den samfunnsorienterte diskursen og den bedriftsøkonomiske diskursen. Diskursene føres innad i Nordic Choice Hotels, og knytter positive karakteristikk til arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. Diskursene bringer også spørsmål knyttet til etikk og profitt på banen. Arbeidsinkludering fremstår som et etisk valg, men som resulterer i profitt. Hvordan klarer Stordalen å balansere det som i utgangspunktet er motsetninger? Dette vil diskuteres videre i følgende drøftingskapittel.

6. SPENNING MELLOM ETIKK OG PROFITT

I dette kapitlet skal jeg drøfte de analytiske funnene, og trekke de opp mot oppgaven som helhet. Analysen svarte på første del av problemstillingen: Hvilke ulike diskurser kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering? Dette viste seg å være en mangfoldsdiskurs, en samfunnsorientert diskurs og en bedriftsøkonomisk diskurs. Samtlige diskurser fremkommer som harmoniserende diskurser om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. I de to første diskursene viser det seg å ligge etiske underliggende dimensjoner, mens den bedriftsøkonomiske diskursen trekker i retning av profitt. I denne drøftingen vil jeg bygge videre på dette og svare på andre del av problemstillingen: Hvordan kan diskursene forstås i relasjon til framtrede kritikk av hotellkjeden i norsk sammenheng? (på starten av 2000-tallet).

6.1 Et tvetydig bilde

Drøftingen vil starte med en diskusjon av tvetydigheten rundt Choice-kjedens fremstilling av arbeidsinkludering. Jeg vil diskutere hvordan Choice-kjeden og Stordalen spiller på sosialdemokratiske verdier, i form av like rettigheter, lønn og vilkår, hvor det knyttes både positive og negative karakteristikk til denne fremstillingen. Noe av kritikken mot kjedens fremstilling av arbeidsinkludering ser ut til å handle om blant annet utnyttelse av billig arbeidskraft. På den andre siden knyttes det positive karakteristikk til kjedens fremstilling og arbeid med hensyn til inkludering. Det fremstår derfor kontraster i Choice-kjedens fokus på arbeidsinkludering. Som i presentasjonen av mangfoldsdiskursen vil jeg også her presentere diskusjonens momenter systematisk, for å forhåpentligvis gjøre det klarere for leseren.

Utnyttelse av billig arbeidskraft

Gjennom deler av det utvalgte datamateriale kommer det frem ulike uttalelser om at Nordic Choice Hotels sitt fokus på mangfold og kultur handler om profitt, fremfor etikk. Diskusjonen som føres, slik den kommer til uttrykk i kommentarfeltene på blant annet Document.no og Nordic Choice Hotels sin Facebook side, vektlegger at formålet med arbeidsinkludering er anskaffelse av billig arbeidskraft. Følgende innlegg og kommentarer nedenfor er hentet fra nettstedet document.no:

Petter Stordalen tenker kun på å få billig arbeidskraft og ikke på mennesker eller samfunn. Det å benytte Choice-hoteller er det samme som å støtte opp under slaveri som ble avskaffet. Selv de som drev med slaver fant moralske grunner for å opprettholde det (Document.no, 2018).

Dette er et direkte sitat hvor personen bak kommentaren gir uttrykk for at intensjonen til Choice-kjeden er å benytte seg av billig arbeidskraft, snarere enn å ta etiske valg ut fra menneskets og samfunnets beste. Artikkelen hvor kommentaren er hentet fra omtaler Stordalens samarbeid med NOAS. I artikkelen legges det frem at Nordic Choice Hotels skal støtte NOAS med ca. 1 million kroner, for at deres ansatte skal få bistand i prosessen med asyl, arbeids- eller oppholdstillatelse (Document.no, 2018).

Som lagt frem tidligere ser det ut som Choice-kjedens arbeid med arbeidsinkludering i stor grad handler om å ansette innvandrere, og dette ser det ut til å reises spørsmål og skepsis til. I kommentarfeltet til artikkelen blir det spurt hvorfor Choice-kjeden bruker ressurser på de som ikke har rett til opphold, og en person svarer: «Fordi Petter Stordalen tjener penger på det» (Document.no, 2018). Videre i kommentarfeltet er en kommentar som følgende: «Stordalen og Choice ofrer norske ansatte for innvandrere», og en annen skriver «De rike ønsker å bli rikere ved å utnytte billig arbeidskraft (Document.no, 2018). Videre følger kommentaren: «Jeg vil påstå at dette er ren korrupsjon!» (Document.no, 2018) og:

Ikke første gangen den typen der er ute og fremhever den godhet og samfunnsansvar. Ettersom han er så opptatt av «rettferdighet» vedr opphold/utkastelse, så sørger han vel for at de melder seg inn i LO, betaler kontingent og får tarifflønn også? (Eller er det lavere lønn som frister her?) (Document.no, 2018).

Argumentene knyttet til utnyttelse av billig arbeidskraft ser ut til å gjentagende, og det fremkommer en sarkastisk holdning til Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering. Skepsisen og de negative holdningene ser ut til å være rettet både mot Nordic Choice som kjede, og Stordalen som enkeltmenneske. Ovennevnte kommentarer knytter negative karakteristikk til Nordic Choice Hotels og Stordalens fremstilling av arbeidsinkludering. Diskusjonen grunner i en oppfatning om at kjedens arbeid med arbeidsinkludering handler om å skape økonomisk profitt i form av utnyttelse av billig arbeidskraft, og at deres moralske og etiske verdier er fraværende.

Ligger det noe troverdighet i disse uttalelsene? Det finnes saker som viser til at Nordic Choice Hotels har brutt arbeidsmiljøloven ved flere tilfeller.⁶ Sakene ser ut til å grunne i ulovlige ansettelsesforhold hvor de ansatte har vært underbetalte og overarbeidet. Det kan tenkes at dette ikke er så uvanlig når det gjelder bedrifter på denne størrelsen, men at det på den andre siden får dette omfanget i media nettopp fordi Choice-kjeden og Stordalens fronter et mål om å skape Nordens beste og mest inkluderende arbeidsmiljø. Tar Stordalen valg ut fra bedriftens lønnsomhet, eller spiller samfunnsansvar inn? Dette kan forstås som et spenningsfelt mellom etikk og profitt. Analysen ga uttrykk for at arbeidsinkludering i Nordic Choice er et etisk valg, og at et positivt utfall av dette er profitt. Med dette er det grunn til å reflektere over følgende: ville de samme etiske valgene blitt tatt om det ikke resulterte i profitt? Eller trumfer profitt over etikk?

På den ene siden kan det se ut som Choice-kjeden i stor grad spiller på etikk, spesielt i form av samfunnsansvar og medmenneskelighet, når de fronter deres mål. Dette spenningsfeltet reiser spørsmål om hvorvidt det kun er en fasade, som under overflaten ikke nødvendigvis gjenspeiler realiteten. Eksempelene i media som tilsier brudd på arbeidsmiljøloven, ser i stor grad ut til å handle om tilfeller hvor det er innleid arbeidskraft ved bygging av nye hoteller. Forsvinner den etiske dimensjonen når Stordalen og Choice-kjeden blir satt under ett tidspres? Det kan diskuteres om den etiske dimensjonen kommer tydeligere frem når Stordalen selv får styre hva som blir satt på dagsorden. Når Stordalen selv uttaler seg om deres fokus på arbeidsinkludering legges det et tydelig fokus på at etisk valg er viktig for å skape profitt. På den andre siden kan det se ut som det ser annerledes ut med kritisk journalistikk. Ut ifra de ulike medieomtalene dannes det et bilde av at når det er kritisk journalistikk som får definisjonsmakten havner Choice i uheldige situasjoner hvor etikk ser ut til å bli lagt til side for profitt. Dette fører oss tilbake til Goffman (1992), og begrepene frontstage og backstage, knyttet til hvordan vi iscenesetter oss selv i bestemte situasjoner. Goffman (1992) trekker frem journalistikken som et eksempel på noen som kan finne unntakene fra «fasaden». Dette kan derfor forstås som et eksempel på nettopp det Goffman (1992) viser til.

⁶ <https://www.dagbladet.no/nyheter/slik-brot-petter-stordalens-hoteller-loven/60583514>
<https://www.dagbladet.no/nyheter/fagforening-tordner---185-lovbrudd-ved-stordalen-hotell-pa-ei-uke/70768459>
<https://www.aftenposten.no/norge/i/Oz8w/oppdaget-lovbrudd-ved-26-av-stordalens-hoteller>

På den andre siden er det nok av uttalelser og saker (ref. uttalelser som fremkommer i diskursene) som viser til Nordic Choice Hotels som en viktig bidragsyter for arbeidsinkludering i samfunnet. Det kan ut ifra dette være nyttig å reflektere over hvor mye Choice-kjeden skal kritiseres, når de har tilfeller som strider imot deres fokus på samfunnsansvar og arbeidsinkludering? Skal fokuset rettes mot enkelttilfellene eller helheten? Og hva er egentlig helheten? Som lagt frem i analysen knytter de tre fremtredende diskursene positive karakteristikk til arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. Selv om kritikk og negative karakteristikk eksisterer, er det ikke vanskelig å finne uttalelser som har et svært positivt syn på arbeidsinkludering i Choice-kjeden. Nedenfor vil jeg fortsette en drøftelse av hvordan det fremkommer et tvetydig bilde i spenningsfeltet mellom etikk og profitt. Følgende vil knyttes opp mot momenter fra de innledende kapitlene i oppgaven.

Endringer i det norske samfunn- fra sosialdemokratisk til mer globalisert og liberalistisk samfunn

Innledningsvis i oppgaven la jeg frem momenter ved utviklingen i det norske arbeidsmarkedet. Jeg vil nå ta opp igjen noen av disse momentene og drøfte de i lys av de analytiske funnene. Det norske samfunn har gått fra å være sosialdemokratisk til mer globalisert og liberalistisk. Som en del av dette har det norske samfunn fått et større kulturelt mangfold. Choice-kjeden og Stordalen ser ut til å benytte seg av denne utviklingen, og «spille på» sosialdemokratiske verdier i form av trygghet og fellesskap. Deres fokus på mangfold frontes gjennom ulike mediekanaler, og fremstår som et moralsk prosjekt, men som er tett sammenbundet med profitt. De interne diskursene kan på denne måten forstås i relasjon til den globaliserende utviklingen i det norske samfunn.

Samtlige av de interne diskursene trekker veksler på et sett av verdier som harmoniserer. Som Fairclough påpeker fremstiller ikke bare diskurser verden som den er, den fremstiller også mulige verdener (Fairclough, 2003, s. 124). Gjennom analysen fremstår Stordalen som en sosial agent, som har makt over hvordan kjedens fokus på mangfold blir uttrykt og forstått. Han skaper sin egen merkevare hvor han klarer å appellere til publikums følelser, fornuft og rasjonalitet. På denne måten ser han ut til å klare å skape en legitimitet for sin subjektposisjon, og ha en makt over hvilke diskurser som dominerer. Jeg vil gå nærmere inn på diskursenes relasjon og dominans senere, men det er grunn til å tro at diskursene som kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels egen fremstilling av arbeidsinkludering kan forstås i relasjon til Stordalens subjektposisjon.

Endringene fra 1990-tallet, med en økt individualisme og en frigjøring fra fellesskapet, var en desentraliseringspolitikk (Sejersted, 2005, s. 415) som også kan sees å være fremtredende i det norske samfunn i dag. Den økte individualismen kan tenkes å ha en innvirkning på utenforskapet som ser ut til å være en realitet. Dette ved at ansvaret for eget liv tilskrives i større grad over på enkeltindividet. Hvis man mislykkes på en arena er det grunn til å tro at det er lettere å falle utenfor på flere samfunnsområdet, som blant annet på arbeidsmarkedet. De ulike diskursenes momenter, som ansvar, medmenneskelighet og utenforskap, kan knyttes opp til denne utviklingen i det norske samfunnet. Hvorvidt kan man anse Nordic Choice Hotels som en bidragsyter for å forhindre utenforskap i det norske samfunnet?

På den ene siden kan Nordic Choice Hotels forstås som en bidragsyter for å få flere vanskeligstilte i samfunnet inn på arbeidsmarkedet. Dette ved at de blant annet har samarbeid med NAV og har praksisplasser. Måten de også «tar en posisjon» i inkludering-debatten kan tenkes å ha ringvirkninger på flere bedrifter. Det er grunn til å tro at tilgangen til arbeidsmarkedet gir en fellesskapsfølelse, men også en frihet i form av både økonomisk uavhengighet og myndighet over eget liv. Dette fører oss tilbake til sosialdemokratiske verdier. På den andre siden, sett i lys av diskusjonene ovenfor, er det verdt å reflektere over flere sider ved dette. Hvorvidt foreligger det like rettigheter, vilkår og lønn? Med utgangspunkt i diskusjonen finnes det eksempler som viser til underbetaling og overarbeid. Dette viser til motsigelser i Choice-kjedens fremstilling av harmoniserende verdier.

De ulike sosiale prosessene ovenfor viser til ulike spenninger om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. På den ene siden fremkommer det negative karakteristikk hvor profitt ser ut til å trumfe etikk. På den andre siden fremstilles Choice-kjeden og Stordalen som en viktig bidragsyter for et mer inkluderende arbeidsliv. Det skapes derfor et tvetydig bilde av arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels, hvor spenningene mellom etikk og profitt er fremtredende.

6.2 Diskursenes relasjoner og dominans

I analysekapittelet presenterte jeg tre diskurser som føres når det gjelder arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. Videre vil jeg nå drøfte diskursenes relasjon og dominans, hvordan diskursene er i spill, samt tydeliggjøre relasjonen mellom etikk og profitt.

De tre diskursene som er presentert i kapittel 5 føres *innad* i Choice-kjeden, og er harmoniserende diskurser om mangfold. Mangfolds- og den samfunnsorienterte diskursen viser til etiske underliggende dimensjoner, men den bedriftsøkonomiske diskursen trekker mer veksler til profitt. Etikk og profitt blir presentert som gjensidig avhengige av hverandre, hvor etikk fører til profitt. På den andre siden danner diskusjonen som føres *utenfor*, som kommer til uttrykk blant annet gjennom Document.no og Nordic Choice Hotels sin Facebook-side, en kontrast hvor etikk og profitt blir presentert som motsetninger.

Etikk og profitt kan oppleves som motsetninger, og et interessant funn ved dette er at Stordalen ser ut til å klare å «spille» på begge deler. Hvordan klarer han å balansere ett spenningsforhold som etikk og profitt samtidig? For å drøfte dette vil jeg trekke det opp igjen til Wadel (1984). Wadel argumenterer for at arbeidsbegrepet varierer ut fra hvem som definerer det, hvor det folkelige arbeidsbegrepet ser koblingen og betydningen arbeid har for sosiale og moralske verdier (Wadel, 1984, s. 24). Samtidig legger Wadel frem hvordan arbeid er knyttet til økonomiske, sosiale og moralske verdier som svært ofte står i et motsetningsfylt forhold til hverandre. Det er viktig å påpeke at dette *kan* være et spenningsforhold, men at det ikke nødvendigvis er sånn. Det er i seg selv ikke uetisk å skape profitt, spørsmålet er hva som er intensjonene bak det, og fremgangsmåten for å gjøre det.

Gjennom diskursene ser det ut som Stordalen langt på vei lykkes med å mestre balansegangen mellom etikk og profitt uten at det oppstår autentisitetsbrudd. Med andre ord, uten at hans troverdighet svekkes. Diskursene betrakter intensjonene til Stordalen og Choice kjeden som etiske, og profitt fremstår som et resultat av etiske valg. Diskursene trekker arbeidsinkludering opp til både økonomiske, sosiale og moralske verdier. De sosiale og moralske verdiene kommer frem i fokuset på mangfold (ref. mangfoldsdiskursen). Det blir presentert et bilde av at arbeidsinkludering skaper mangfold, og at dette skaper synergieffekter blant annet i form av god kultur, noe som blir fremstilt som en sosial verdi for både den enkelte og for bedriften. De sosiale verdiene ser her ut til å blant annet være en motiverende og velfungerende arbeidsplass, et samfunn som bryr seg, og at man ser verdier og potensialet hos enkeltmenneske. Dette kommer frem i både mangfolds- og den samfunnsorienterte diskursen. I tillegg til dette vektlegges kostanden av å ha mange arbeidsledige i samfunnet. Samtlige diskurser vektlegger den positive betydningen det er for bedrifter å få tilgang til ulike mennesker med ulik kunnskap og verdisett.

De sosiale verdiene kan også tenkes å påvirke menneskets følelse av tilhørighet, selvfølelse og mestringsfølelse. Men det ser ut til å være lite fokus på disse momentene i Choice-kjeden og Stordalens fremstilling. Dette vil jeg komme tilbake til mot slutten av drøftelsen av diskursene. Når det gjelder de moralske verdiene blir det ved flere tilfeller lagt frem at Nordic Choice Hotels har blitt kåret som beste arbeidsplass og Norges beste HR-avdeling opptil flere ganger. En grunn til at de har fått tildelt disse prisene ser ut til å være deres fokus på god kultur, som har resultert blant annet i lavt sykefravær. Dette fører oss videre til de økonomiske verdiene, og den bedriftsøkonomiske diskursen. Her blir arbeidsinkludering betraktet som en økonomisk verdi for bedriften.

Dette viser hvordan både etikk og profitt er underliggende dimensjoner i de fremtredende diskursene. Den bedriftsøkonomiske diskursen trekker i retning av profitt, mens mangfoldsdiskursen, som fremstår som den dominerende diskursen, trekker veksler til etikk. Det samme gjelder for den samfunnsorienterte diskursen. På denne måten ser Stordalen og Choice-kjeden ut til å klare å «spille» på de ulike diskursene samtidig.

Hvordan fremtrer de sosiale strukturene som styrende for hvordan vi oppfatter diskursene om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels? Dette bringer oss tilbake til Faircloughs tredje nivå og knytter de fremtredende diskursene til Foucaults tilnærming til makt. Som lagt frem tidligere er det grunn til å tro at tilgangen til media kan ha stor påvirkningskraft, som igjen kan gi en form for makt til å bestemme hva som settes på dagsorden. På den ene siden kan det tenkes at de ulike mediene har en påvirkning på hvordan vi oppfatter Choice-kjeden og Stordalen, og på den andre siden kan det tenkes at Stordalen spiller en stor rolle i hvordan dette fremstilles. Denne fremstillingen fremkom gjennom analysen som forførende. Dette er momenter som kan bidra til en tilsløring av maktforhold, og kan med andre ord tolkes som en indirekte makt. Det er ikke en makt man nødvendigvis tenker over at man blir utsatt for, men en makt som er tilstede i det hverdagslige liv. Det er grunn til å tro at denne makten påvirker hvilke diskurser som dominerer og hvilke som forsvinner i mengden, og at diskursene på denne måten styres av de sosiale strukturene på et overordnet nivå.

Dette fører oss over til et interessant funn i datamaterialet. Som nevnt ovenfor blir det gitt overaskende liten plass til hvordan arbeid har en personlig menneskelig verdi, i form av blant annet tilhørighet, selvfølelse og selvmestring. Den individorienterte diskursen får med dette overaskende lite plass blant diskursene som produseres.

Som lagt frem tidligere er arbeid en rettighet, og gir den enkelte mulighet for tilhørighet og deltakelse. Arbeid som en måte å få realisert seg selv på er et mindre fokus enn jeg i utgangspunktet hadde forventet, og det gis liten plass til hva arbeid gjør med den enkelte på et individnivå. Dette hadde vært interessant å undersøke som en oppfølgende forskning.

Jeg har nå drøftet diskursenes dominans og overlapp. Avslutningsvis i diskusjonen vil jeg nå ta opp igjen punktet om Stordalen og Choice-kjedens posisjon i det norske samfunn, og drøfte dette i lys av funnene som har kommet frem i løpet av prosessen.

6.3 Petter Stordalen – helt, samfunnsnyttig kapitalist eller utnytter?

Jeg vil starte med å trekke dette punktet opp til tiden vi nå er inne i. Permitteringer, oppsigelser, usikkerhet og ensomhet har vært realiteten for mange de siste ukene. Koronaviset (COVID-19) har dominert nyhetsbildet i en lengre periode, og mange har en usikker fremtid i vente. Det tok ikke lange tiden før ulike bransjer fikk kjenne på konsekvensene dette førte med seg, og det tok heller ikke lange tiden før Stordalen sto frem i ulike medier. 18.mars 2020 la Stordalen ut en lengre video på instagram hvor han forteller hvordan han opplever og forholder seg til situasjonen. Videoen har hatt nærmere 150 000 visninger og kommentarene har strømmet inn (Stordalen, 18.mars 2020). 28.mars 2020 dominerte også Stordalen fremsiden på Dagens Næringsliv med overskriften: Nå taper hotellinvestoren 250 millioner i måneden: «Jeg forbereder meg på det verste» (Skaalmo, Linderud, Berglihn & Schultz, 2020, s. 30-37). En gjentakende spekulasjon i de ulike mediene ser ut til å være rettet mot utbyttet Stordalen har tatt ut de siste årene, og om han ikke med dette kan gå inn med private midler for å bedre situasjonen til sine ansatte. Stordalen uttaler at han ikke har private midler utenfor selskapene som kan hjelpe i denne situasjonen. Som overskriften tilsier uttaler Stordalen at han taper 250 millioner i måneden, og som et resultat av dette skal flere titusenvis av hans ansatte ha blitt permittert. Til tross for at det foreligger en spekulasjon rundt Stordalens muligheter på personlig plan, viser de fleste kommentarene og innspillene på sosiale medier til positive tilbakemeldinger. Folk ser ut til å støtte, ha forståelse og vise sympati for Choice-kjeden og Stordalen. Dette viser også til ett interessant funn knyttet til etikk og profit. Stordalen ser ut til å få noen kritiske spørsmål angående hans økonomiske valg og muligheter, noe som ser ut til å bringe opp spørsmålet om hva som er det etisk riktige for han og Choice-kjeden å gjøre. Dette er et dilemma hvor spørsmålet om han er en helt, samfunnsnyttig kapitalist eller utnytter kommer på banen. På den ene siden kan det se ut som et utelukkende kapitalistisk valg.

Det kan også fremstå som et nødvendig valg, fra ett samfunnsmessig kapitalistisk valg. På den andre siden kan det se ut som han viser sympati og sorg over situasjonen, og at det fremstår som et nødvendig medmenneskelig valg. Det er grunn til å tro at dette avhenger av hvem som ser, men det kan også se ut som det ikke er enten/ eller. Kanskje klarer Stordalen å legitimere sin posisjon som både helt, samfunnsnyttig kapitalist og utnytter? Det kan se sånn ut.

I starten av kapitelet ble det lagt frem ulike meninger hvor flere ser ut til å hevde at arbeidet med arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels er dobbeltmoralsk. Dette fordi det skal fremstå som en god handling, men mange ser ut til å mene at det under overflaten handler om utnyttelse av billig arbeidskraft, og at Stordalen på denne måten kun er en kapitalist som tenker økonomisk profitt. Diskursene på den andre siden, betrakter arbeidsinkludering som et etisk valg, men som resulterer i profitt. Stordalen vektlegger at det ikke handler om å være snill, men at arbeidsinkludering lønner seg for samfunnet og for bedriften. En tanke verdt refleksjon er om Stordalen og Choice-kjeden hadde hatt samme fokus om det ikke hadde resultert i profitt? Det er også verdt å reflektere over om ikke omdømmebyggingen også lønner seg for bedriften?

På den ene siden kan det se ut som Stordalen møter kritikk for å være kapitalist og dobbeltmoralsk, men på den andre siden er det vanskelig å avslutte kritikken med dette hvis samfunnseffekten viser seg å være bra. Gjennom en analyse av det utvalgte datamateriale dannes det ulike bilder av Stordalen, men det dominerende bilde ser ut til å trekke positive karakteristikk til Stordalen. Stordalen *er* en kapitalist, men han ser også ut til å bli oppfattet på ulike måter, avhengig av hvem som ser. På den ene siden blir han fremstilt som en utelukkende kapitalist, men på den andre siden, og den som ser ut til å være dominerende, er en fremstilling av Stordalen som en kapitalistisk helt. Det vil si at Stordalen på en eller annen måte klarer å røre noe ved folket, og på denne måten har fått den stemmen han har fått.

Momentene ovenfor reiser flere interessante spørsmål, og legger til rette for en drøfting om *hvorfor* Stordalen har fått en betydelig stemme i norsk arbeidsliv. Hva er det som gjør at Stordalen ser ut til å få en større grad av medhold og positive karakteristikk, snarere enn det motsatte? Hva er det som gjør at Stordalen ser ut til å bli oppfattet som en helt, snarere enn en kynisk kapitalist og utnytter?

Stordalen som Askeladden

Karakteristikkene som er knyttet til Stordalen tidligere i oppgaven, samt drøftingen ovenfor, kan danne et bilde av Stordalen som Askeladden. Gjennom utdragene fra Stordalen selv, som lagt frem innledningsvis i oppgaven, kan man også se koblinger til rollefiguren. Stordalen legger selv frem i biografien sin at det var flere områder hvor han ikke var spesielt flink som ung, men at han oppnådde selvtillit og mestringfølelse gjennom butikkdrift. Han påpeker at han hele livet har levd etter uttrykket; «Selg de bæra du har», som faren hans sa til han når han var ung. For Stordalen betyr dette at du må gjøre det beste ut av det du har. Denne «leveregelen» kan gjenspeile seg i fortellingen om Askeladden. Det var ingen forventninger til Askeladden, men han benyttet seg av, og gjorde det beste ut av det han hadde, og han seiret til slutt. Dette kan det også se ut som Stordalen har gjort. På den ene siden er det tydelig at Stordalen spiller på folkelige verdier, samtidig som han er en kapitalist. Han klarer å skape en balanse mellom forhold som i utgangspunktet står i motsetningsforhold til hverandre.

Med dette henviser jeg tilbake til hvordan han ser ut til å balansere spenningen mellom etikk og profitt. Dette er det også interessant å se i lys av dagens situasjon med COVID-19. Som forklart uttrykker Stordalen at han lever etter uttrykket «selg de bæra du har», som ifølge Stordalen handler om å gjøre det beste ut av det du har og aldri være redd for å gi opp. Hvordan gjenspeiles dette i dagens situasjon? Stordalen ser ut til å ha gjort mye mer enn å «selge sine egne bær». Ifølge intervjuet med Dagens Næringsliv, som referert til ovenfor, er han nedtynget i gjeld og blir nå stilt i en utfordrende situasjon. Kanskje det er i krisetider at gapet mellom diskursene og realiteten kommer særlig godt til syne? Som Fairclough (2003) skriver fremstiller diskurser ikke bare verden som den er- de fremstiller også mulige verdener (Fairclough, 2003, s. 124). Dette kan forstås som et eksempel på hvordan alternative verdener kommer til uttrykk. Her kommer bildet av Stordalen som Askeladden og den harmoniserende mangfoldsdiskursen i et spenningsforhold til en alternativ virkelighet.

Til tross for noe skepsis og kritikk rettet mot økonomisk profitt, ser de ut som de fleste har en forståelse for den økonomiske vinningen, og at dette rettferdiggjøres fordi mange ser ut til å mene at de etiske sidene overveier dette. Alt i alt kan det se ut som Stordalen fremstår som en medmenneskelig helt, samtidig som han er en ganske grådig kapitalist med et folkelig uttrykk.

7. KONKLUSJON

Avslutningsvis vil jeg sammenfatte funnene fra analysen og drøftingen, og med dette svare på problemstillingen for oppgaven: **Hvilke ulike diskurser kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering, og hvordan kan disse forstås i relasjon til framtrede kritikk av hotellkjeden i norsk sammenheng? (på inngangen av 2000-tallet).**

Jeg har i denne oppgaven brukt Choice-kjeden for å illustrere kompleksiteten i arbeidsinkludering som fenomen, og har valgt en diskursanalytisk tilnærming for å gjennomføre dette. Jeg har benyttet meg av Faircloughs tilnærming til kritisk diskursanalyse som teoretisk og metodisk rammeverk. For å svare på problemstillingen utviklet jeg tre forskningsspørsmål som er knyttet til de tre nivåene i Faircloughs tredimensjonale modell. Jeg vil først legge frem og svare på disse.

Første forskningsspørsmål er trukket opp til Faircloughs første nivå- sosiale begivenheter og lyder: «*Hvordan fremstiller Nordic Choice Hotels og Stordalen kjedens fokus på mangfold?*» Den analytiske prosessen viste først og fremst at Nordic Choice Hotels og Stordalen fremstiller deres fokus på mangfold ved å være konsekvente, og ved å bruke bevisste og gjentagende ordvalg på ulike plattformer. Deres fokus på mangfold blir uttrykt som noe utelukkende positivt, og fremstår som viktig både fra et medmenneskelig perspektiv, og for å skape en god kultur. Interessant med denne analysen er maktdimensjonen som underkommuniseres. Fairclough refererer til sosiale agenter som en viktig del av en sosial begivenhet, da disse sitter på en viktig makt. I min oppgave har jeg tolket Stordalen som en sosial agent. Det fremkommer gjennom analysen at Stordalen har en makt over hvordan begrepet mangfold blir uttrykt og forstått. Fremstillingen av mangfold kan etterhvert oppleves som en forførende «pynt» som etterhvert blir intetsigende. Med dette mener jeg at begrepene kan virke forførende på publikum, og man kan snakke om en mangfolds-fetisjisme.

Andre forskningsspørsmål som ble utviklet er: «*Hvordan kan Stordalens handlinger og væremåte forstås som uttrykk for ulike diskurser om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels?*». Dette viser til det Fairclough betegner som sosial praksis og foreligger på andre nivå. Ifølge Fairclough er poenget med sosial praksis at de gir uttrykk for diskurser sammen med sosiale elementer som ikke er diskurser.

For Fairclough handler dette blant annet om å identifisere måter å handle og kommunisere på, måter å representere på, samt måter å være på. De analytiske funnene viser at Stordalens handlinger og væremåte er med på å forme hvordan vi oppfatter og forholder oss til arbeidsinkludering i Nordic Choice. På den ene siden kan det se ut som noen oppfatter han som en PR-kåt Duracell kanin. På den andre siden kan han se ut til å ha en folkelig-retorisk fremstilling, hvor han klarer å appellere til publikums følelser, fornuft og rasjonalitet. På denne måten ser han ut til å skape en legitimitet for sin subjektposisjon. Han ser ut til å skape en merkevare hvor hans handlinger og væremåte er med på å påvirke hvordan arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels blir forstått, og med dette diskursene som produseres.

Tredje og siste forskningsspørsmål er: *På hvilke måter har Nordic Choice Hotels og Stordalen en innflytelse på det norske samfunnets oppfatning av selskapets arbeidsinkludering? (på inngangen av 2000-tallet).* Gjennom analysen fremkom det at Choice-kjeden og Stordalen ser ut til å ha en definisjonsmakt gjennom deres tilgang til media. Med dette mener jeg at de kan ha mulighet til å bestemme dagsorden, noe som kan ha en påvirkningskraft på det norske samfunnets oppfatning av selskapets arbeidsinkludering. I denne innflytelsen kan det se ut til å ligge en indirekte makt. Med dette mener jeg at det er en makt man ikke nødvendigvis tenker over at man blir utsatt for, men en makt som gjennom blant annet medier er tilstede i det hverdagslige liv. Ett resultat av dette kan være at fremstillingen virker forførende på det norske samfunns oppfatning av selskapets arbeidsinkludering.

De tre nivåene representerer den sosiale konteksten, og har vist seg å være viktig for å forstå diskursene som produseres. Dette fører oss til første del av problemstillingen: **Hvilke ulike diskurser som kommer til uttrykk i Nordic Choice Hotels sin fremstilling av arbeidsinkludering?** Gjennom analyse av datamateriale og ved hjelp av forskningsspørsmålene har jeg, gjennom min forskerposisjon, funnet tre ulike diskurser. Dette er mangfoldsdiskursen, den samfunnsorienterte diskursen og den bedriftsøkonomiske diskursen.

Mangfoldsdiskursen mener at arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels skaper mangfold, som har positive ringvirkninger både for bedriften og den enkelte. Dette ved at mangfold skaper synergieffekter, blant annet i form av god kultur på arbeidsplassen. God kultur blir

fremstilt som en sosial verdi både for den enkelte og for bedriften. Den samfunnsorienterte diskursen anser arbeidsinkludering som lønnsomt i et bærekraftig samfunnsperspektiv. Argumentene grunner i kostnadseffekten det er for samfunnet å ha arbeidsdyktige mennesker stående utenfor arbeidsmarkedet. Den bedriftsøkonomiske diskursen betrakter arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels som lønnsomt og verdiskapende for bedriften. Hovedargumentet ser her ut til å være at arbeidsinkludering er positivt for bedriftens bunnlinje.

Alle de tre diskursene ser ut til å gå noe over i hverandre, men det er mangfoldsdiskursen som blir presentert som den dominerende. På denne måten ser samtlige ut til å være harmoniserende diskurser om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. Mens mangfoldsdiskursen og den samfunnsorienterte diskursen ser ut til å ha etiske underliggende dimensjoner, trekker den bedriftsøkonomiske diskursen i retning av profitt. Interessant med dette er hvordan Stordalen klarer å harmonisere det som egentlig er motsetninger?

Dette fører oss over til andre del av problemstillingen og selve drøftingen av de analytiske funnene: **Hvordan kan diskursene forstås i relasjon til framtrede kritikk av hotellkjeden i norsk sammenheng? (på inngangen av 2000-tallet).**

Diskursene kan forstås som kontraster og motsetninger i relasjon til framtrede kritikk av hotellkjeden i norsk sammenheng. Dette ved at diskursene gir uttrykk for en harmoniserende mangfoldsdiskurs som ser ut til å stå i kontrast til en profitt diskurs. Diskusjonen som føres utenfor kjeden, som kommer frem gjennom det utvalgte datamateriale, fører en diskusjon som er rettet mot utnyttelse og profitt. Hovedargumentet ser ut til å være at Choice-kjedens fokus på mangfold handler om blant annet utnyttelse av billig arbeidskraft. Interessant med dette er at Stordalen ikke legger skjul på deres profitt. Han legger selv frem hvordan mangfold skaper profitt, og det på denne måten at arbeidsinkludering kun har utelukkende positive ringvirkninger. Med disse motsetningene- hvordan klarer så Stordalen å legitimere sin subjektposisjon?

Jeg har drøftet om Stordalen kan oppfattes som en helt, samfunnsnyttig kapitalist eller utnytter. Analysen og drøftingen viser at Stordalen *er* en kapitalist, men han ser også ut til å bli oppfattet på ulike måter, avhengig av hvem som ser.

På den ene siden blir han fremstilt som en utelukkende kapitalist, men på den andre siden, og den som ser ut til å være dominerende, er en fremstilling av Stordalen som en kapitalistisk helt. Det vil si at Stordalen på en eller annen måte klarer å røre noe ved folket, og på denne måten har fått den stemmen han har fått. Dette ga videre grunnlaget for å trekke veksler mellom Stordalen og Askeladden. Stordalens folkelige uttrykk ser ut til å ha en innvirkning i diskusjonen mellom etikk og profitt. Til tross for noe skepsis og kritikk rettet mot økonomisk profitt, ser de ut som de fleste har en forståelse for den økonomiske vinningen, og at dette rettferdiggjøres fordi mange ser ut til å mene at Choice-kjeden og Stordalen har etiske verdier som overveier dette. På denne måten ser Stordalen ut til å klare å harmonisere det som egentlig er motsetninger.

Med dette som utgangspunkt er det verdt å gjøre noen avsluttende refleksjoner rundt hvilke betydninger diskursene kan ha. Dette er så vidt jeg vet, den første undersøkelsen om hvilke diskurser som føres om arbeidsinkludering i Nordic Choice Hotels. Jeg mener dette er en metode og et tema det er verdt å merke seg, da det er grunn til å tro at de fremtredende diskursene i denne forskningen kan påvirke hvordan samfunnet forholder seg til arbeidsinkludering. Diskurser kan få samfunnsmessige konsekvenser fordi det påvirker hva mennesker gjør og ikke gjør (Johannessen E.F et al., 2018, s. 61). Det er grunn til å tro at de fremtredende diskursene i denne forskningen kan påvirke hvordan samfunnet forholder seg til arbeidsinkludering. Dette både i Nordic Choice Hotels, men også i en større sammenheng. Diskursene som føres knytter positive karakteristikk til arbeidsinkludering, og det kan tenkes at dette kan påvirke hvordan andre bedrifter stiller seg til inkludering i arbeidslivet.

Nordic Choice Hotels får som lagt frem i oppgaven mye medieoppmerksomhet, og det kunne videre vært interessant å undersøke flere aspekter ved temaet. For eksempel kunne man gått nærmere inn på den individorienterte diskursen, og undersøkt hvordan denne kommer til syne i Nordic Choice Hotels sitt fokus på arbeidsinkludering. Det kunne også vært interessant og utført kvalitative intervjuer med ulike ansatte, som har blitt ansatt gjennom talentjakten eller via andre alternative rekrutteringsmåter. Dette for å undersøke perspektivet fra en annen synsvinkel. En annen mulighet hadde vært og sammenlignet Nordic Choice Hotels med en annen inkluderende arbeidslivsbedrift. Et eksempel kunne vært å sammenligne Stormberg og Nordic Choice Hotels, og undersøkt likheter og forskjeller i deres fremstilling samt praktisering av arbeidsinkludering.

Mulighetene er mange!

LITTERATURLISTE

- @Nordicchoicehotels. (2019). [Facebookside]. Hentet fra <https://www.facebook.com/seppo.raivio.9/posts/483845842375544>
- Andersson, T. (2019, 16.september). PS:hotell i samarbeid med Nordic Choice. *Travelnews*. Hentet fra <http://travelnews.no/nyheter/pshotell-i-samarbeid-med-nordic-choice/>
- Andreassen, T. A. & Bergene, A. C. (2011). Forpliktelse, omsorg eller nytte - arbeidsgiveres inkluderingsansvar og forventinger til NAV. *Søkelys på arbeidslivet*, 28(4), 317-334. <https://doi.org/https://www.idunn.no/file/pdf/51188311/art04.pdf>
- Arbeids- og sosialdepartementet. (2018). *Målene om et mer inkluderende arbeidsliv-status og utviklingstrekk*. Hentet fra https://www.regjeringen.no/globalassets/departementene/asd/dokumenter/2018/ia-rapport_2018_web.pdf
- Bay, A.-H., Hatland, A., Pedersen, A. W. & Terum, L. I. (2019). Trygd, arbeid og aktivering. I A.-H. Bay, A. Hatland, T. Hellevik & L. I. Terum (Red.), *Trygd i aktiveringens tid* (3. utg.). Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Berg, B., Thorshaug, K., Garvik, M., Svendsen, S. & Hellan Øiaas, S. (2012). *Hvorfor mangfold? - En studie av ulike forståelser og praktiseringen av mangfold* Trondheim: NTNU Samfunnsforskning.
- Birkelund, G. E. & Mastekaasa, A. (2009). Innledning. I G. E. Birkelund & A. Mastekaasa (Red.), *Integrert? Innvandrere og barn av innvandrere i utdanning og arbeidsliv* Oslo: Abstrakt forlag AS.
- Bjørshol, E. (2018a, 22.mai). Petter Stordalen hedret av NHO Reiseliv. *Hotellmagasinet*. Hentet fra <https://www.hotellmagasinet.no/artikler/petter-stordalen-hedret-av-nho-reiseliv/465885>
- Bratberg, Ø. (2014). *Tekstanalyse for samfunnsvitere*. Oslo: Cappelen Damm.
- Brenna, L. R. (2018). *Mangfoldsledelse. Mangfold og likestilling som bærekraftig konkurransefortrinn*. Oslo: Cappelen Damm AS.
- Det kongelige utenriksdepartement. (2009). *Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi* (St.meld.nr.10). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/d1301a2369174dd88f8e25d010594896/no/pdfs/stm200820090010000dddpdfs.pdf>
- Document.no. (2018). Petter Stordalen skal samarbeide med NOAS. Hentet fra <https://www.document.no/2018/04/19/petter-stordalen-skal-samarbeide-med-noas/#comment-3863269223>
- Document.no. (2020). Om oss. Hentet 02.03.2020 fra <https://www.document.no/om-oss>
- Evensen, Ø. (2009). Høyt utdannede innvandrere etterkommeres møte med arbeidsmarkedet. I G. E. Birkelund & A. Mastekaasa (Red.), *Integrert? Innvandrere og barn av innvandrere i utdanning og arbeidsliv*. Oslo: Abstrakt forlag AS.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing Discourse. Textual analysis for social research*. London: Routledge.
- Fasting, M. (2014). *Har vi råd til fremtiden? Perspektivmeldingens utfordringer*. Oslo: Civita AS.
- Fløtten, T., Hermansen, Å., Hippe, J. M. & Lescher-Nuland, B. R. (2011). *Innmeldt, utmeldt eller påmeldt? Et annet bilde av utenforskap i Norge* (2011:13). Hentet fra https://www.fafo.no/media/com_netsukii/20204.pdf
- Foucault, M. (2002). *Forelesninger om regjering og styringskunst* (I. B. Neumann, Overs.). Oslo: Cappelen Forlag AS.

- FreteX. (u.å.). Fakta om FreteX. Hentet 17.februar 2020 fra <https://www.freteX.no/om-freteX/om-freteX-norge>
- Frøjd, K. (2018, 15.februar). Adriana fikk nei på alle jobbsøknader- helt til hun kalte seg Camilla Hentet fra <https://www.tv2.no/a/9683429/>
- Gitmark, H. (2019). Petter Stordalen: Vi trenger en ny, bærekraftig kapitalisme. *Agenda magasin*. Hentet fra <https://agendamagasin.no/intervjuer/ny-kapitalisme/>
- Glemmestad, H. & Kleppe, L. C. (2019). *Arbeidsinkludering i sosialt arbeid* (1. utgave. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Goffman, E. (1992). *Vårt rollespill til daglig* (K. Risvik & K. Risvik, Overs.). Oslo: Pax Forlag.
- Hagaseth, I. T. (2019). Arbeid og utenforskap. I H. Glemmestad & L. C. Kleppe (Red.), *Arbeidsinkludering i sosialt arbeid*. Bergen: Vigmostad & Bjørke AS.
- Hammer, T. & Hyggen, C. (2006). Stenge dører? Unge sosialklienters arbeidstilpasning i voksen alder. I T. Hammer & E. Øverbye (Red.), *Inkluderende arbeidsliv? Erfaringer og strategier*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Hansen, T. L. (2012, 10. februar). Vanskeligere å få jobbintervju med utenlandsk navn. Hentet fra <https://forskning.no/ledelse-og-organisasjon-arbeid-institutt-for-samfunnsforskning/vanskeligere-a-fa-jobbintervju-med-utenlandsk-navn/731093>
- Integrerings- og mangfoldsdirektoratet. (2019, 25.april). Mangfold lønner seg på bunnlinjen (Issue). Hentet fra <https://www.mangfoldsprisen.no/artikler/mangfold-lonner-seg-pa-bunnlinjen/>
- Jakhelln, H. & Gisle, J. (2018). Arbeidsgiver. Hentet 04.03.2020 fra <https://snl.no/arbeidsgiver>
- Johannessen, A., Tufte, P. A. & Christoffersen, L. (2011). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (4. utg.). Oslo: Abstrakt forlag AS.
- Johannessen E.F, L., Rafoss, T. W. & Rasmussen, E. B. (2018). *Hvordan bruke teori? Nyttige verktøy i kvalitativ analyse*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Kane, A. A. & Köhler-Olsen, J. (2019). Lovgivning av betydning for arbeid og arbeidsinkludering. I H. o. K. Glemmestad, Lise Cecilie (Red.), *Arbeidsinkludering i sosialt arbeid*. Bergen: Vigmostad & Bjørke AS.
- Krogstad, A. (2019). Fakta, fiksjon og politisk autentisitet. *Norsk antropologisk tidsskrift*, 30(1), 20-40. <https://doi.org/https://doi.org/10.18261/issn.1504-2898-2019-01-03>
- Marsden, S. (2010). Et forsvar av bedrifers ansvar. I A. Kakabadse & M. Morsing (Red.), *Bedrifers samfunnsansvar. Hvordan forene ønsker og praksis?* Trondheim: Tapir Akademisk Forlag
- Matthiesen, S. B., Glasø, L. & Lewis, D. (2009). Om diskriminering og mobbing av innvandrere på arbeidsplassen. I G. M. Sandal (Red.), *Kulturelt mangfold på arbeidsplassen. Utfordringer og virkemidler*. Bergen: Vigmostad & Bjørke AS.
- Mentzoni, T. M. (2019). Arbeidsinkludering av innvandrere med omfattende bistandsbehov. I H. Glemmestad & L. C. Kleppe (Red.), *Arbeidsinkludering i sosialt arbeid*. Bergen: Vigmostad & Bjørke AS.
- Mühleisen, W. (2018). Å la verden komme inn. I R. E. Kroken (Red.), *Omsorgsforståelser*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Mynewsdesk. (2019). Om oss. Hentet fra <https://www.mynewsdesk.com/no/about>
- Neumann, I. B. (2000). Diskursens materialitet. *Dansk Sociologi*, 11 No 4 28-46. <https://doi.org/https://doi.org/10.22439/dansoc.v11i4.634>
- Neumann, I. B. (2001). *Mening, materialitet, makt: En innføring i diskursanalyse*. Bergen: Vigmostad & Bjørke AS.
- Neumann, I. B. & Neumann, C. B. (2012). *Forskeren i forskningsprosessen. En metodebok om situering* Cappelen Damm AS.

- NHO. (09.januar 2018). *En suksesshistorie om inkludering, Petter Stordalen på NHOs årskonferanse 2018* [Videoklipp]. Hentet fra <https://www.youtube.com/watch?v=9YVgFC3Py20>
- NHO reiseliv. (2019, 17.juli). *Petter Stordalen på NHO Reiselivs Årskonferanse 2019* [Videoklipp]. Hentet fra <https://www.youtube.com/watch?v=rb-ddqapWXA&t=722s>
- Nordic Choice Hotels. (2014). Nordic Choice Hotels kåret til Norges beste arbeidsplass i reiselivsbransjen [Pressemelding]. I: Mynewsdesk. Hentet fra <http://www.mynewsdesk.com/no/nordic-choice-hotels/pressreleases/nordic-choice-hotels-kaaret-til-norges-beste-arbeidsplass-i-reiselivsbransjen-973946>
- Nordic Choice Hotels. (2015). Nordic Choice Hotels styrker seg i motvindsåret 2014 [Pressemelding]. I: Mynewsdesk.
- Nordic Choice Hotels. (2018a). Petter A.Stordalen tildelt Mangfoldspris [Pressemelding]. I: Mynewsdesk. Hentet fra <http://www.mynewsdesk.com/no/nordic-choice-hotels/pressreleases/petter-a-stordalen-tildelt-mangfoldspris-2781334>
- Nordic Choice Hotels. (2018b). Ny bærekraftssjef hos Nordic Choice Hotels [Pressemelding]. I: Mynewsdesk. Hentet fra <http://www.mynewsdesk.com/no/nordic-choice-hotels/pressreleases/ny-baerekraftssjef-hos-nordic-choice-hotels-2759735>
- Nordic Choice Hotels. (2018d). Petter A.Stordalen overdrar Strawberry Holding-eierskapet til barna [Pressemelding]. I: Mynewsdesk. Hentet fra <http://www.mynewsdesk.com/no/nordic-choice-hotels/pressreleases/petter-a-stordalen-overdrar-strawberry-holding-eierskapet-til-barna-2383014>
- Nordic Choice Hotels. (2018e). Nordic Choice Hotels med rom for alle under Pride [Pressemelding]. I: Mynewsdesk. Hentet fra <https://www.mynewsdesk.com/no/nordic-choice-hotels/pressreleases/nordic-choice-hotels-med-rom-for-alle-under-pride-2533402>
- Nordic Choice Hotels. (2018f). Petter A.Stordalen om de negative reaksjonene etter Pride-sponsingen. Hentet 25.02.2020 fra <https://www.nordicchoicehotels.no/blog/naere-hjertet/petter-stordalen-senkveld/>
- Nordic Choice Hotels. (2018g). Nordic Choice Hotels tilbyr advokathjelp for utvisningstruede medarbeidere. Hentet 27.02.2020 fra <https://www.nordicchoicehotels.no/blog/naere-hjertet/advokathjelp-utvisningstruede-medarbeidere/>
- Nordic Choice Hotels. (2019a). Hvem er Nordic Choice Hotels? (Issue). Hentet fra <https://www.nordicchoicehotels.no/blog/opplevelser/hvem-er-nordic-choice-hotels/>
- Nordic Choice Hotels. (2019b). Hvordan jobber vi med mangfold. Hentet fra <https://www.nordicchoicehotels.no/samfunnsansvar/mangfold/>
- Nordic Choice Hotels. (2019d). Norges beste HR-arbeid gjøres i hotellbransjen [Pressemelding]. I: Mynewsdesk. Hentet fra <http://www.mynewsdesk.com/no/nordic-choice-hotels/pressreleases/norges-beste-hr-arbeid-gjoeres-i-hotellbransjen-2853868>
- Nordic Choice Hotels. (2019h). Oslos viktigste hotell går inn i Nordic Choice Hotels [Pressemelding]. I: Mynewsdesk. Hentet fra <http://www.mynewsdesk.com/no/nordic-choice-hotels/pressreleases/oslos-viktigste-hotell-gaar-inn-i-nordic-choice-hotels-2919475>
- Nordic Choice Hotels. (2020a). Er du en av våre 250 nye, herlige kollegaer på Clarion Hotel The Hub? Hentet fra <https://www.nordicchoicehotels.no/hotell/clarion/kampanjer-og-tilbud/talentjakt/>
- NRK. (1.januar 2010). *Statsministerens nyttårstale* [Videoklipp]. Hentet fra <https://tv.nrk.no/serie/statsministerens-nyttaarstale/2010/NNFA80000109/avspiller>
- Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., Larsen, L. O. & Moe, H. (2013). *Metodebok for mediefag* (4. utg.). Bergen: Vigmostad & Bjørke AS.

- Ringdal, K. (2018). *Enhet og mangfold. Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode* (4. utg.). Bergen: Bokforlaget.
- Ryen, A. (2017). *Det kvalitative intervjuet. Fra vitenskapsteori til feltarbeid*. (5. utg.). Bergen: Bokforlaget.
- Sæther, J. M. (2019). Stordalen drømmer om en ny og annerledes hotellkjede. *Dagsavisen*. Hentet fra <https://www.dagsavisen.no/nyheter/innenriks/stordalen-drommer-om-en-ny-og-annerledes-hotellkjede-1.1577090>
- Sandal, G. M. (2009). Grenseløse arbeidsplassen, organisasjonsarbeid i et krysskulturelt perspektiv. I G. M. Sandal (Red.), *Kulturelt mangfold på arbeidsplassen. Utfordringer og virkemidler*. Bergen: Vigmostad & Bjørke AS.
- Sejersted, F. (2005). *Sosialdemokratiets tidsalder: Norge og Sverige i det 20. århundre*. Oslo: Pax.
- Skaalmo, G., Linderud, E., Berglihn, H. & Schultz, J. (2020). Stordalens kamp mot klokken. *Dagens Næringsliv* s. 30-37.
- Skogstad, A. & Einarsen, L. A. (2000). Organisasjonskultur- et system av konkurrerende verdier? I A. Skogstad & S. Einarsen (Red.), *Det Gode arbeidsmiljø: krav og utfordringer: et festskrift til Odd H.Hellesøy*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Skrede, J. (2017). *Kritisk diskursanalyse*. Oslo: Cappelen Damm AS.
- Slagstad, R. (2001). *De nasjonale strateger*. Oslo: Pax Forlag.
- Sosial- og Helsedepartementet. (1994-1995). *Velferdsmeldingen* (Meld. St. 35 (1994-95)). Hentet fra https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Stortingsforhandlinger/Lesevisning/?p=1994-95&paid=3&wid=c&psid=DIVL443&pgid=c_0349
- Statistisk sentralbyrå. (2019a). Innvandrere og norskfødte med innvandrerforeldre. Hentet fra <https://www.ssb.no/innvbef>
- Statistisk sentralbyrå. (2019b). Hvordan går det med unge som faller utenfor? . Hentet 05.11.2019 fra <https://www.ssb.no/arbeid-og-lonn/artikler-og-publikasjoner/hvordan-gar-det-med-unge-som-faller-utenfor>
- Statistisk sentralbyrå. (2019c). Sysselsetting blant innvandrere, registrerbart Hentet 10.11.2019 fra <https://www.ssb.no/innvregsys/>
- Stordalen A, E. (12.september 2018). [Instagram-post]. Hentet fra https://www.instagram.com/p/Bnn9VtyAp_G/
- Stordalen, P. (18.mars 2020). [Instagram-post]. Hentet fra <https://www.instagram.com/p/B94RGLEDhhG/>
- Stordalen, P. (2015). *Jeg skal fortelle deg min hemmelighet*. Oslo: Aller forlag.
- Store Norske Leksikon. (2020). Porsgrunn Hentet 14.05.20 fra <https://snl.no/Porsgrunn>
- Støren-Váczy, B. (2019). Arbeidsgivere og samfunnsansvar. I H. Glemmestad & L. C. Kleppe (Red.), *Arbeidsinkludering i sosialt arbeid*. Bergen: Vigmostad & Bjørke AS.
- Tjora, A. (2018). *Viten skapt: Kvalitativ analyse og teoriutvikling*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Tveiten, O. (2009). *Storyland. Journalistikk makt og meningsdannelse*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Wadel, C. (1984). *Det skjulte arbeid. En argumentasjon for et utvidet arbeidsbegrep*. Stavanger: Universitetsforlaget.
- Wodak, R. (2014). Critical Discourse Analysis, Chapter 20. Hentet fra https://www.researchgate.net/publication/238105100_DCA_-_Critical_Discourse_Analysis
- Wodak, R. & Meyer, M. (2009). *Critical Discourse Analysis: History, Agenda, Theory, and Methodology* London.

World Commission on Culture and Development. (1997). *Vårt skapende mangfold: rapport fra Verdenskommisjonen for kultur og utvikling: sammendrag*. Oslo: Den Norske UNESCO-kommisjonen.